

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH: VIỆT NAM HỌC

Sinh viên : Nguyễn Thị Ngọc Huyền

HẢI PHÒNG – 2024

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG

**THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CAO
CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI KHÁCH SẠN
ĐỨC VƯỢNG – THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY

NGÀNH: VIỆT NAM HỌC (QUẢN TRỊ DỊCH VỤ VÀ LỮ HÀNH)

Sinh viên : Nguyễn Thị Ngọc Huyền

Giảng viên hướng dẫn: ThS. Vũ Thị Thanh Hương

HẢI PHÒNG – 2024

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC QUẢN LÝ VÀ CÔNG NGHỆ HẢI PHÒNG

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Nguyễn Thị Ngọc Huyền

Mã SV: 1912901004

Lớp : DL2301

Ngành : Việt Nam học (Quản trị dịch vụ và lễ hành)

Tên đề tài: Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn
Đức Vương – thành phố Hồ Chí Minh

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Các tài liệu, số liệu cần thiết

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp

.....

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Họ và tên : Vũ Thị Thanh Hương

Học hàm, học vị : Thạc Sĩ

Cơ quan công tác : Trường Đại học Quản lý và Công nghệ Hải Phòng

Nội dung hướng dẫn: Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vượng – thành phố Hồ Chí Minh

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 09 tháng 10 năm 2023

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 20 tháng 01 năm 2024

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Giảng viên hướng dẫn

Hải Phòng, ngày tháng năm 2024

XÁC NHẬN CỦA KHOA

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

PHIẾU NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN TỐT NGHIỆP

Họ và tên giảng viên: ThS. Vũ Thị Thanh Hương
Đơn vị công tác: Đại học Quản lý và công nghệ Hải Phòng
Họ và tên sinh viên: Nguyễn Thị Ngọc Huyền
Chuyên ngành: Quản trị dịch vụ và lễ hành
Đề tài tốt nghiệp: Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vượng – thành phố Hồ Chí Minh

1. Tinh thần thái độ của sinh viên trong quá trình làm đề tài tốt nghiệp

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

2. Đánh giá chất lượng của đồ án/khóa luận (so với nội dung yêu cầu đã đề ra trong nhiệm vụ Đ.T. T.N trên các mặt lý luận, thực tiễn, tính toán số liệu...)

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

3. Ý kiến của giảng viên hướng dẫn tốt nghiệp

Được bảo vệ Không được bảo vệ Điểm hướng dẫn

Hải Phòng, ngày ... tháng ... năm

Giảng viên hướng dẫn

Mục lục

Mở đầu	1
1. Lý do chọn đề tài	1
2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu	2
3. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu.....	2
4. Phương pháp nghiên cứu	2
5. Bố cục đề tài	3
CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI KHÁCH SẠN	4
1.1. Khái niệm về khách sạn.....	4
1.2. Phân loại khách sạn	4
1.2.1. Phân loại khách sạn theo quy mô	5
1.2.2. Phân loại khách sạn theo thị trường mục tiêu	5
1.2.3. Phân loại khách sạn theo mức độ phục vụ	7
1.2.4. Phân loại theo mức độ liên kết và quyền sở hữu.....	7
1.3. Xếp hạng khách sạn.....	8
1.3.1. Mục đích của xếp hạng khách sạn.....	8
1.3.2. Tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn ở nước ta.....	9
1.4. Khái niệm về các hoạt động kinh doanh khách sạn	11
1.4.1. Khái niệm về kinh doanh lưu trú.....	11
1.4.2. Khái niệm về kinh doanh dịch vụ ăn uống	12
1.4.3. Khái niệm về kinh doanh các dịch vụ bổ sung.....	13
1.5. Đặc điểm và chức năng của kinh doanh khách sạn.....	14
1.5.1. Đặc điểm kinh doanh khách sạn.....	14
1.5.2. Chức năng của kinh doanh khách sạn	17
1.6. Chất lượng dịch vụ trong kinh doanh khách sạn.....	20
1.6.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ	20
1.6.2. Đặc điểm chất lượng dịch vụ.....	21
1.6.3. Các hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn.....	22
1.7. Ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng dịch vụ trong khách sạn	24
1.7.1. Chất lượng dịch vụ giúp gia tăng lợi nhuận cho khách sạn	25
1.7.2. Chất lượng dịch vụ giúp tăng khả năng cạnh tranh và tăng giá bán hợp lý trên thị trường	25
1.7.3. Nâng cao chất lượng dịch vụ giúp giảm thiểu các chi phí kinh doanh cho khách sạn	25

1.8. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh khách sạn	26
1.8.1. Nhân tố bên ngoài khách sạn	26
1.8.2. Nhân tố bên trong khách sạn	28
Tiểu kết chương 1	29
CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI KHÁCH SẠN ĐỨC VƯỢNG	30
2.1. Giới thiệu khách sạn Đức Vượng	30
2.1.1. Giới thiệu chung	30
2.1.2. Cơ sở vật chất	31
2.1.3. Cơ cấu tổ chức	33
2.1.4. Môi trường kinh doanh của khách sạn Đức Vượng	34
2.1.5. Tình hình hoạt động kinh doanh khách sạn Đức Vượng	35
2.1.6. Quy trình phục vụ tại khách sạn Đức Vượng	35
2.1.7. Chính sách marketing của khách sạn Đức Vượng	41
2.2. Đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vượng	43
2.2.1. Chất lượng cơ sở vật chất kỹ thuật	43
2.2.2. Chất lượng đội ngũ lao động	44
2.2.3. Giá trị sản phẩm	45
2.2.4. Vệ sinh	46
2.2.5. An ninh và an toàn	46
2.2.6. Đánh giá chất lượng dịch vụ trong thời gian vừa qua	47
Tiểu kết chương 2	50
CHƯƠNG III: CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI KHÁCH SẠN ĐỨC VƯỢNG	52
3.1. Mục tiêu, phương hướng phát triển của khách sạn Đức Vượng	52
3.2. Các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ	54
3.2.1. Tìm hiểu nhu cầu của khách hàng và chính sách chăm sóc khách hàng	54
3.2.2. Nâng cao chất lượng cơ sở vật chất	56
3.2.3. Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên	57
3.2.4. Đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng dịch vụ	61
3.2.5. Cải thiện quy trình phục vụ và nâng cao năng lực phục vụ	62
3.2.6. Nâng cao sự tin cậy cho khách hàng	64
3.2.7. Phân biệt nhãn hiệu so với đối thủ cạnh tranh	64
Tiểu kết chương 3	65
KẾT LUẬN	66
TÀI LIỆU THAM KHẢO	67

Danh mục sơ đồ, bảng biểu

Sơ đồ 1. Tiến trình thực hiện hoạt động kinh doanh lưu trú	12
Sơ đồ 2. Sơ đồ tổ chức khách sạn.....	33
Sơ đồ 3. Quy trình phục vụ khách tại nhà hàng	40
Bảng 1. Bảng giá phòng khách sạn Đức Vượng	31
Bảng 2. Kết quả kinh doanh của khách sạn Đức Vượng từ năm 2020 – 2022	35
Bảng 3. Nguồn nhân lực của khách sạn Đức Vượng	44
Bảng 4. Thống kê giới tính của người tham gia khảo sát.....	48
Bảng 5. Thống kê độ tuổi của người tham gia khảo sát	48
Bảng 6. Thống kê thu nhập của người tham gia khảo sát	48
Bảng 7. Kết quả điều tra chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vượng	49
Bảng 8. Phương hướng phát triển kinh doanh của khách sạn Đức Vượng năm 2023 – 2024	53
Bảng 9. Mẫu thống kê ý kiến của khách hàng.....	56

Mở đầu

1. Lý do chọn đề tài

Phát triển du lịch là một xu thế chung của thời đại, một trào lưu của xã hội hiện tại. Bởi vì đời sống con người ngày một nâng cao cả về vật chất và tinh thần dẫn đến nhu cầu của họ ngày càng cao hơn, đa dạng hơn, họ muốn được khám phá, giao lưu, nghỉ ngơi thư giãn nhiều hơn.

Tại Việt Nam cũng vậy, du lịch là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn của nền kinh tế đang trong thời kỳ phát triển mạnh mẽ. Du lịch đã và đang mang lại thu nhập ngày một lớn cho đất nước ta. Hoạt động du lịch thu hút sự tham gia của các thành phần kinh tế và mọi tầng lớp nhân dân, mang lại thu nhập không chỉ cho những đối tượng trực tiếp kinh doanh du lịch mà gián tiếp đối với các ngành liên quan, xuất khẩu tại chỗ và tạo thu nhập cho các cộng đồng dân cư địa phương.

Trong tổng doanh thu từ Du lịch của Việt Nam hiện nay thì doanh thu từ khách du lịch quốc tế đang tăng lên bởi hầu hết họ đều là những người có khả năng thanh toán cao và nhu cầu thì luôn đi liền với khả năng về tài chính. Vậy nên yêu cầu của họ về chất lượng sản phẩm dịch vụ mà họ tiêu dùng là rất cao. Do đó, để thu hút, hấp dẫn và tạo ấn tượng tốt đối với khách du lịch chúng ta cần phải xây dựng hệ thống các sản phẩm dịch vụ, hoàn thiện chất lượng những dịch vụ chưa đạt tiêu chuẩn cũng như đang trong tình trạng xuống cấp. Trong ngành kinh tế du lịch thì kinh doanh khách sạn là một trong những mảng kinh doanh lớn và là trọng tâm của ngành. Khách sạn là một trong những cơ sở vật chất kỹ thuật đặc thù của ngành Du lịch - ngoài nhiệm vụ kinh doanh dịch vụ phục vụ cho nhu cầu thiết yếu của con người như: lưu trú, ăn uống, ngoài ra còn kinh doanh các dịch vụ bổ sung khác như: thể thao, vui chơi giải trí, massage,... Kinh doanh khách sạn đã trở thành một ngành mang lại nhiều lợi nhuận nhất thông qua việc khai thác tài nguyên du lịch ở mỗi địa phương. Điều này đã dẫn đến một thực trạng đáng buồn là hàng loạt khách sạn bị phá sản, giá cả giảm mạnh, tình hình cạnh tranh ngày càng gay gắt thậm chí còn có cả hiện tượng cạnh tranh không lành mạnh giữa các doanh nghiệp. Trước tình hình này, để tồn tại và khẳng định vị trí của mình trên thị trường, các doanh nghiệp phải tìm đủ mọi cách, thực thi mọi biện pháp để có đủ sức mạnh cạnh tranh. Đó là ngoài ưu thế về quy mô, vị trí, giá cả, chất lượng cơ sở vật chất kỹ thuật,... các khách sạn cần có một hệ thống những sản phẩm dịch vụ hấp dẫn cung cấp cho khách. Giữ vững và nâng cao chất lượng dịch vụ chính là giữ vững và nâng cao uy tín cho doanh nghiệp trên thị trường.

Ngày nay, khi xã hội ngày càng phát triển không chỉ trên phạm vi cả nước Việt Nam mà còn trên cả toàn thế giới, du lịch đã trở thành nhu cầu không thể thiếu trong đời

sống văn hóa – xã hội. Khi cuộc sống ngày càng nâng cao và con người ngày càng biết hưởng thụ hơn như là một điều tất yếu. Việc tìm đến sự thư giãn, nghỉ ngơi, vui chơi, giải trí và du lịch... đã dần trở thành nhu cầu cần thiết của con người.

Từ đó có thể thấy du lịch ngày càng phát triển mạnh mẽ kéo theo sự phát triển các dịch vụ liên quan như: Lưu trú, vui chơi, nghỉ dưỡng, tham quan, ăn uống,... Khách hàng ngày càng trở nên khó tính hơn và có nhiều nhu cầu về sự chọn lựa những sản phẩm mà họ cần. Để bắt được nhu cầu đó từ lâu ở các nước phát triển đã tìm hiểu và nghiên cứu sâu về nhiều lĩnh vực làm cách nào để thỏa mãn những nhu cầu và sự mong đợi của khách hàng và làm hài lòng họ. Ở Việt Nam, ngành du lịch đã và đang trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Chính vì thế, các doanh nghiệp kinh doanh khách sạn tìm cách cạnh tranh về chất lượng sản phẩm và chất lượng dịch vụ để chạm đến trái tim của khách hàng là rất cần thiết. Nhất là trong thời đại ngày nay, nhu cầu của họ ngày càng cao; vì thế để đáp ứng những nhu cầu, mong muốn của khách hàng thì việc đảm bảo chất lượng dịch vụ ngày càng được nâng cao. Có thể nói chất lượng phục vụ trong khách sạn luôn là yếu tố quyết định thành công; muốn có được hiệu quả kinh doanh tốt thì chất lượng phục vụ và chất lượng sản phẩm luôn đặt lên hàng đầu. Vì thế hiệu quả hoạt động kinh doanh phụ thuộc rất lớn vào việc đáp ứng nhu cầu mong muốn của khách hàng.

Đây cũng chính là lý do em chọn đề tài “Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vương (Duc Vuong Saigon Hotel)” làm khóa luận tốt nghiệp. Mong rằng qua đề tài này, bản thân em có cơ hội để mở rộng kiến thức và học hỏi thêm nhiều điều bổ ích trong thời gian hoàn thành đề tài.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

- Mục đích nghiên cứu

Đề xuất các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vương.

- Nhiệm vụ nghiên cứu
 - + Hệ thống hóa cơ sở lý luận về nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn.
 - + Phân tích, đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vương.
 - + Đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vương.

3. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu

- Đối tượng nghiên cứu: Nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn.
- Phạm vi nghiên cứu: Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vương.

4. Phương pháp nghiên cứu

- Phương pháp thu thập thông tin

Được thu thập từ sách, báo, tạp chí, các công trình nghiên cứu, Tổng cục Thống kê, các báo cáo hàng năm về kết quả kinh doanh của Khách Sạn Đức Vượng.

– Phương pháp khảo sát thực tế

Trên cơ sở khung lý thuyết nghiên cứu về chất lượng dịch vụ khách sạn, tác giả tiến hành thiết kế mẫu điều tra đánh giá chất lượng dịch vụ của khách sạn, các câu hỏi được sử dụng là câu hỏi đóng được thiết kế trên thang điểm 5.

– Phương pháp xử lý thông tin

Thông qua sử dụng phương pháp phân tích, so sánh, thống kê, tổng hợp để phân tích và xử lý nguồn số liệu thứ cấp.

5. Bố cục đề tài

Ngoài phần mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, phần nội dung của khóa luận được chia làm 3 chương cụ thể như sau:

Chương 1: Cơ sở lý luận về nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn

Chương 2: Thực trạng nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vượng

Chương 3: Giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vượng

CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI KHÁCH SẠN

1.1. Khái niệm về khách sạn

Hiện nay, du lịch là một ngành quan trọng và đang phát triển của tất cả các nước trên thế giới. Và ngành du lịch Việt Nam cũng từng bước phát triển. Có nhiều lý do thu khách nước ngoài đến Việt Nam, như là một nước giàu truyền thống lịch sử văn hóa và môi trường thiên nhiên cùng với nhiều cơ hội làm ăn đang phát triển ở các thành phố lớn.

Tại Việt Nam cũng như các nơi khác, lĩnh vực khách sạn vô cùng quan trọng vì nó đóng góp một phần trong GDP của đất nước.

Với định nghĩa khá cụ thể của nhà nghiên cứu Morcel Gotie thì khái niệm về khách sạn cũng được phản ánh một cách hoàn thiện đúng trình độ và mức độ phát triển của nó. Nhóm tác giả nghiên cứu của Mỹ trong cuốn sách “Welcome to Hospitality” đã nói rằng: “Khách sạn là nơi mà bất kỳ ai cũng có thể trả tiền để thuê buồng ngủ qua đêm ở đó. Mỗi buồng ngủ trong đó phải có ít nhất hai phòng nhỏ (phòng ngủ và phòng tắm). Mỗi buồng khách đều phải có giường, điện thoại và vô tuyến. Ngoài dịch vụ buồng ngủ có thể có thêm các dịch vụ khác như dịch vụ vận chuyển hành lý, trung tâm thương mại (với thiết bị photocopy), nhà hàng, quầy bar và một số dịch vụ giải trí. Khách sạn có thể được xây dựng ở gần hoặc bên trong các khu thương mại, khu du lịch nghỉ dưỡng hoặc các sân bay.”

Theo thông tư số 01/202/TT – TCDL ngày 27/04/2001 của Tổng cục Du lịch: “Khách sạn là công trình kiến trúc được xây dựng độc lập có quy mô từ 10 buồng ngủ trở lên, đảm bảo chất lượng về cơ sở vật chất, trang thiết bị, dịch vụ cần thiết phục vụ khách du lịch”.

Ngoài ra còn định nghĩa về khách sạn như sau: Khách sạn là một công ty dịch vụ được kiểm tra, xếp loại, chuyên kinh doanh phục vụ khách du lịch – một đối tượng có nhu cầu đáp ứng cho khách về các mặt: ăn uống – nghỉ ngơi – giải trí – thông tin liên lạc – tham quan – vận chuyển – tổ chức hội nghị hội thảo và các dịch vụ cần thiết theo yêu cầu của khách.

Các tiện nghi cơ bản trong phòng khách sạn là một giường, một nhà vệ sinh, một bàn nhỏ và thêm các tiện nghi khác như máy điều hòa nhiệt độ, điện thoại, TV, wifi, minibar với các loại đồ uống và các dụng cụ nấu nước nóng...

1.2. Phân loại khách sạn

Ngày nay, do sự phát triển đa dạng và phong phú của các khách sạn nên việc phân loại không đơn giản và dễ dàng. Tuy vậy người ta vẫn dựa vào bốn tiêu chí cơ bản để phân loại khách sạn:

- Phân loại khách sạn theo quy mô
- Phân loại khách sạn theo thị trường mục tiêu
- Phân loại khách sạn theo mức độ phục vụ
- Phân loại khách sạn theo quyền sở hữu và mức độ liên kết

1.2.1. Phân loại khách sạn theo quy mô

Khách sạn được phân ra làm 3 loại sau:

– *Khách sạn nhỏ*: mini hotel có quy mô từ 10 đến 50 phòng, phần lớn chỉ cung cấp dịch vụ lưu trú cho khách, còn các dịch vụ khác không phục vụ. Loại khách sạn này có mức giá lưu trú thấp.

– *Khách sạn vừa*: có quy mô từ 50 đến 100 phòng, cung cấp phần lớn các dịch vụ cho khách như lưu trú, ăn uống, một số dịch vụ bổ sung. Loại khách sạn này thường xây dựng ở các điểm du lịch, ở các thị xã, thị trấn và một số xây dựng ở các khu nghỉ mát. Loại khách sạn này thường có mức giá trung bình.

– *Khách sạn lớn*: thường có từ 100 phòng trở lên, cung cấp đầy đủ các dịch vụ cho khách, thường được trang bị các thiết bị hiện đại và thường xây dựng cao tầng, loại này thường mức giá cho thuê phòng cao.

1.2.2. Phân loại khách sạn theo thị trường mục tiêu

Thị trường mục tiêu là các đối tượng khách hàng mục tiêu mà khách sạn định hướng thu hút và phục vụ. Tùy thuộc vào sự hoạt động kinh doanh của các khách sạn. Các loại hình khách sạn phổ biến nhất bao gồm:

a. Khách sạn công vụ:

- Vị trí: Thường nằm ở trung tâm thành phố và các khu thương mại.
- Đối tượng khách: chủ yếu là khách thương gia, song loại hình khách sạn này cũng không kém phần hấp dẫn đối với các đoàn khách du lịch, khách hội nghị, khách du lịch tự do...
- Thời gian lưu trú: Thường là ngắn ngày, lưu trú tạm thời...
- Tiện nghi dịch vụ: Phần lớn các khách sạn công vụ đều có các phòng hội nghị, phòng khách chung, các tiện nghi tổ chức các đại tiệc và các phòng tiệc, dịch vụ giặt là, các cửa hàng bán quà tặng, đồ lưu niệm, bể bơi, phòng thể dục, phòng tắm hơi, dịch vụ thể thao, dịch vụ vui chơi giải trí v.v... Ngoài ra, các khách sạn này còn có các dịch vụ văn phòng như: cho thuê thư ký, phiên dịch, soạn thảo, in ấn văn bản, trung tâm internet, dịch thuật...

b. Khách sạn hàng không:

- Vị trí: Thường nằm ở các tụ điểm giao thông chính gần khu vực sân bay.
- Đối tượng khách: Khách thương gia, khách quá cảnh, khách nhờ chuyển bay, khách hội nghị, nhân viên hàng không và các đội bay v.v...
- Thời gian lưu trú: Thường ngắn ngày.
- Tiện nghi dịch vụ: Ngoài các tiện nghi dịch vụ cơ bản khách sạn hàng không còn có các phòng hội nghị phục vụ khách hội nghị ngắn ngày cần tiết kiệm thời gian, có phương tiện đưa đón khách và dịch vụ đặt buồng trực tiếp tại sân bay.

c. Khách sạn du lịch:

- Vị trí: Thường nằm ở những nơi có quan cảnh thiên nhiên đẹp, không khí trong lành, gần các nguồn tài nguyên du lịch như: biển, núi, nguồn nước khoáng, điểm tham quan v.v...
- Đối tượng khách: Khách ở dài ngày hơn khách sạn công vụ.
- Tiện nghi dịch vụ: Ngoài tiện nghi dịch vụ cơ bản, các khách sạn du lịch còn tổ chức và thực hiện các chương trình hoạt động giải trí cho khách du lịch như: khiêu vũ ngoài trời, chơi gôn, cưỡi ngựa, câu cá, đi bộ v.v...

d. Khách sạn căn hộ:

- Vị trí: Thường nằm ở các thành phố lớn hoặc ngoại ô các thành phố.
- Đối tượng khách: Khách công ty, khách thương gia, khách gia đình...
- Thời gian lưu trú: Dài ngày, Khách công ty có thể ký hợp đồng dài hạn.
- Tiện nghi dịch vụ: Ngoài các tiện nghi dịch vụ cơ bản, khách sạn căn hộ còn có khu vui chơi cho trẻ em, siêu thị v.v ... Vào các dịp lễ, tết, khách sạn còn có thể tổ chức các bữa cơm thân mật để chiêu đãi khách nhằm tạo cho khách cảm giác ấm cúng như đang sống tại gia đình và tạo nguồn khách tiềm năng cho khách sạn.

e. Khách sạn sòng bạc:

- Vị trí: Nằm tại các khu vui chơi giải trí ở các thành phố lớn hoặc những khu nghỉ mát.
- Đối tượng khách: Khách thương gia giàu có, khách chơi bạc, các nhà triệu phú, tỷ phú v.v...
- Thời gian lưu trú: Ngắn ngày.
- Tiện nghi dịch vụ: Loại hình khách sạn này rất sang trọng, có các hình thức giải trí nổi tiếng như các buổi trình diễn tốn kém, các trò tiêu khiển đầu bảng để thu hút khách chơi bạc nhằm thu lợi nhuận. Đối với loại hình khách sạn này thì dịch vụ buồng và ăn uống chủ yếu dành để cung cấp cho hoạt động chơi bạc.

1.2.3. Phân loại khách sạn theo mức độ phục vụ

Mức độ phục vụ là thước đo về quyền lợi mà khách sạn mang lại cho khách du lịch. Các khách sạn có quy mô và loại hình khác nhau thì mức độ phục vụ khác nhau. Có ba mức độ phục vụ cơ bản:

a. Mức độ phục vụ cao cấp:

Thường là những khách sạn hiện đại với đối tượng khách là các thành viên cao cấp trong hội đồng quản trị, những chính trị gia nổi tiếng, các quan chức trong chính phủ, những khách giàu có v.v ...

Các tiện nghi dành cho đối tượng khách này như nhà hàng, phòng khách, phòng họp, các tiện nghi trong buồng ngủ có chất lượng hàng đầu và cực kỳ sang trọng.

Khách sạn còn dành cả thang máy riêng, phòng khách riêng, tỉ lệ nhân viên phục vụ cao và thậm chí một số thủ tục như đăng ký khách sạn, thanh toán cho khách được thực hiện tại buồng khách cho đối tượng khách này. Mọi yêu cầu của khách đều được đáp ứng hiệu quả nhất và nhanh nhất.

b. Mức độ phục vụ trung bình:

Thường là các khách sạn loại vừa và đối tượng khách chủ yếu là khách du lịch theo đoàn hoặc tự do, khách gia đình, các thương gia nhỏ v.v ... Khách sạn cung cấp mức độ dịch vụ khiêm tốn nhưng khá đầy đủ.

c. Mức độ phục vụ bình dân:

Thường là các khách sạn nhỏ và chủ yếu là khách gia đình, khách đoàn đi theo tour, khách thương gia tìm thị trường để lập nghiệp, khách hội nghị nhỏ v.v ...

Khách sạn cung cấp cung cấp cho khách thuê buồng với mức giá khiêm tốn ở sạch sẽ và những tiện nghi cần thiết cho sinh hoạt hàng ngày.

1.2.4. Phân loại theo mức độ liên kết và quyền sở hữu

a. Phân loại khách sạn theo mức độ liên kết:

Căn cứ vào mức độ liên kết giữa các khách sạn người ta phân chia khách sạn thành hai loại cơ bản:

Khách sạn độc lập:

Khách sạn độc lập là loại hình khách sạn thuộc sở hữu tư nhân do gia đình quản lý hoặc cơ sở độc lập của một công ty nào đó do chính công ty đó quản lý, điều hành.

Khách sạn tập đoàn:

Khách sạn tập đoàn là những tập đoàn có nhiều khách sạn ở khắp mọi nơi trên thế giới nên rất thuận tiện cho khách muốn ở những khách sạn cùng tập đoàn và chúng

đều mang những cái tên thân thuộc như tập đoàn Accor, tập đoàn Hilton, Holiday Inn v.v...

b. Phân loại khách sạn theo mức độ hình thức sở hữu:

Căn cứ vào hình thức sở hữu người ta chia các khách sạn thành các loại như sau:

❖ Khách sạn tư nhân: những khách sạn có một chủ đầu tư là một cá nhân hay một công ty trách nhiệm hữu hạn. Chủ đầu tư tự điều hành, quản lý kinh doanh khách sạn và tự chịu trách nhiệm về kết quả kinh doanh cuối cùng của khách sạn.

❖ Khách sạn nhà nước: Những khách sạn có vốn đầu tư ban đầu của Nhà nước, do một tổ chức hay công ty quốc doanh chịu trách nhiệm điều hành quản lý và trong quá trình kinh doanh phải tự chịu trách nhiệm về kết quả kinh doanh cuối cùng của khách sạn. Theo tinh thần của Nghị quyết Trung ương III của Đại hội Đảng Cộng sản Việt Nam lần thứ IX, trong tương lai không xa loại hình doanh nghiệp khách sạn này phải dần dần được chuyển sang loại hình doanh nghiệp hoặc chỉ có một chủ đầu tư (khách sạn tư nhân) hay có nhiều chủ đầu tư (doanh nghiệp cổ phần) trong đó nhà nước là một cổ đông.

❖ Khách sạn liên doanh: của hai hay nhiều thành phần kinh tế tham gia đầu tư xây dựng và phân chia lợi nhuận theo tỉ lệ góp vốn được quản lý điều hành theo hình thức thuê giám đốc, nhượng thương quyền hay thuê công ty quản lý.

- Khách sạn liên kết đặc quyền
- Khách sạn cổ phần.
- Khách sạn hợp đồng quản lý.

Ngoài ra, còn có loại khách sạn liên kết hợp các hình thức trên gọi là khách sạn liên kết hỗn hợp.

1.3. Xếp hạng khách sạn

1.3.1. Mục đích của xếp hạng khách sạn

Từ khi ngành du lịch nói chung và khách sạn nói riêng hình thành và phát triển, các nước trên thế giới đã xác định các tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn để đảm bảo chất lượng phục vụ khách. Từ đó đến nay các quốc gia đã hoàn thiện tiêu chuẩn xếp hạng và tổ chức du lịch thế giới đã ban hành tiêu chuẩn khung phân hạng khách sạn và hướng dẫn các quốc gia nghiên cứu thực hiện.

Tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn giữ vị trí quan trọng để phát triển du lịch nói chung và khách sạn nói riêng. Tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn nhằm đạt những mục đích sau:

- Tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn hướng vào mục đích nâng cao chất lượng phục vụ khách, bảo đảm lợi ích của khách du lịch, làm cơ sở để khách biết và quản lý chất

lượng dịch vụ mình định hướng. Đây là mục đích của tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn nhằm thu hút khách, phát triển các nguồn khách tiềm ẩn để phát triển du lịch với tốc độ nhanh.

– Tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn làm cơ sở để xây dựng các tiêu chuẩn cụ thể như: tiêu chuẩn thiết kế xây dựng khách sạn, tiêu chuẩn trang thiết bị tiện nghi phục vụ khách, tiêu chuẩn lựa chọn và đào tạo bồi dưỡng nhân viên phục vụ, tiêu chuẩn cung ứng loại dịch vụ và chất lượng dịch vụ phục vụ khách.

– Tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn nhằm đảm bảo tính thống nhất chất lượng phục vụ khách giữa các loại khách sạn trong từng quốc gia và giữa các quốc gia. Đây là mục đích đảm bảo tính đồng đều về số lượng và chất lượng dịch vụ phục vụ trên toàn thế giới.

– Tiêu chuẩn xếp hạng là cơ sở để các nhà quản lý, các chủ đầu tư giám sát phê duyệt luận chứng kinh tế, kỹ thuật và cấp vốn xây dựng khách sạn và nâng cấp các khách sạn cũ, đồng thời làm cơ sở để kiểm tra giám sát chất lượng xây dựng khách sạn và cung cấp thiết bị, tiện nghi phục vụ khách.

– Tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn là cơ sở để xác định giá cả dịch vụ của khách sạn, xây dựng chính sách giá phù hợp từng hạng khách sạn, phù hợp với cơ chế thị trường.

1.3.2. Tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn ở nước ta

Những tiêu chuẩn để phân cấp, xếp hạng sao khách sạn được Tổng Cục Du Lịch ban hành bằng quyết định số 02/2001/QĐ-TCDL. Phân cấp xếp hạng khách sạn từ 1 – 5 sao được đánh giá dựa trên những yêu cầu : Vị trí - kiến trúc, trang thiết bị - tiện nghi phục vụ, dịch vụ và mức độ phục vụ, nhân viên phục vụ, vệ sinh. Sao khách sạn càng nhiều thì yêu cầu càng cao.

Khách sạn là công trình kiến trúc được xây dựng độc lập, có quy mô từ 10 buồng ngủ trở lên, bảo đảm chất lượng về cơ sở vật chất, trang thiết bị, dịch vụ cần thiết phục vụ khách du lịch.

Khách sạn đạt tiêu chuẩn xếp hạng từ 1 đến 5 sao: là khách sạn có cơ sở vật chất, trang thiết bị, chất lượng phục vụ cao, đáp ứng được nhu cầu đa dạng của khách du lịch về ăn, nghỉ, sinh hoạt, giải trí theo tiêu chuẩn của từng hạng, phù hợp với tiêu chuẩn quốc tế, được đánh giá thông qua các chỉ tiêu:

- Vị trí, kiến trúc
- Trang thiết bị, tiện nghi phục vụ
- Dịch vụ và mức độ phục vụ
- Nhân viên phục vụ
- Vệ sinh

Khách sạn hạng càng cao, yêu cầu chất lượng phục vụ, trang thiết bị tiện nghi, số lượng các dịch vụ càng phải đầy đủ, hoàn hảo, đáp ứng được yêu cầu đa dạng của khách.

➤ Những yêu cầu chung

❖ Vị trí kiến trúc:

– Vị trí : Khách sạn phải được xây dựng cách bệnh viện, trường học ít nhất 100 mét căn cứ vào ranh giới giữa hai cơ sở; không được nằm trong hoặc liền kề khu vực quốc phòng, an ninh và các mục tiêu cần được bảo vệ theo quy định hiện hành.

– Thiết kế kiến trúc:

– Dây truyền phục vụ giữa các bộ phận và trong từng bộ phận dịch vụ trong khách sạn: được bố trí hợp lý, bảo đảm thuận tiện, một chiều.

– Bảng tên; hạng khách sạn; phù hiệu khách sạn (nếu có): được đặt ở nơi dễ thấy (kể cả ban ngày và ban đêm).

– Cửa ra, vào của khách sạn: được bố trí thuận tiện, tối thiểu phải có 2 cửa, cửa dành riêng cho khách và cửa dành riêng cho cán bộ, công nhân viên phục vụ trong khách sạn.

– Chỗ để xe: Khách sạn phải bố trí chỗ để xe cho khách.

– Buồng: Diện tích tối thiểu của buồng ngủ, phòng vệ sinh (m^2)

+ *Buồng ngủ:*

+ Buồng 2 phòng: $22 m^2$

+ Buồng đơn: $9 m^2$

+ Buồng đôi: $14 m^2$

+ Buồng 3, 4 giường: $18 m^2$

+ *Phòng vệ sinh:* $4 m^2$

Các khách sạn phục vụ khách với mục đích nghỉ dưỡng (nghỉ biển, nghỉ núi...)

Nên có diện tích để đặt thêm giường thứ 3 (trong trường hợp khách yêu cầu).

+ Sân đón tiếp (nơi có cửa ra, vào chính của khách sạn) phải đủ rộng để đón khách, phù hợp với quy mô của khách sạn.

+ Phòng vệ sinh ở các khu vực công cộng (khu vực đón tiếp, phòng ăn...) Có phòng cho nam và nữ riêng.

❖ Trang thiết bị, tiện nghi phục vụ:

– Hệ thống điện :

+ Độ chiếu sáng đảm bảo theo yêu cầu của từng khu vực.

- + Đèn cấp cứu để đề phòng khi có sự cố xảy ra.
- + Cung cấp điện đầy đủ 24/24 giờ cho sinh hoạt và phục vụ.
- Hệ thống nước :
 - + Nước đủ cho sinh hoạt và phòng cháy, chữa cháy 24/24 giờ.
 - + Cấp nước nóng : 24/24 giờ.
 - + Hệ thống xử lý nước thải và chất thải, đảm bảo tiêu chuẩn về vệ sinh môi trường.
- Trang thiết bị phòng cháy, chữa cháy : Có hệ thống báo cứu hoả và phương tiện phòng cháy, chữa cháy.
- Phòng vệ sinh công cộng : có trang bị máy hơi tay, hoặc khăn tay, giấy lau tay.
- ❖ Dịch vụ và mức độ phục vụ

Các dịch vụ được quy định theo từng hạng khách sạn và phải luôn sẵn sàng phục vụ.
- ❖ Nhân viên phục vụ
 - Về nghiệp vụ : Những người quản lý và nhân viên phục vụ phải qua đào tạo và bố trí theo đúng nghiệp vụ chuyên môn.
 - Về sức khỏe : Những nhân viên phục vụ phải qua kiểm tra sức khỏe (có giấy chứng nhận).
 - Về trang phục : Những người quản lý và nhân viên phục vụ phải mặc đồng phục đúng theo quy định của khách sạn đối với từng chức danh và từng bộ phận dịch vụ trong thời gian làm việc tại khách sạn.
- ❖ Vệ sinh

Thực hiện các biện pháp để bảo đảm yêu cầu về vệ sinh trong các lĩnh vực sau :

 - + Vệ sinh môi trường, cảnh quan xung quanh khách sạn
 - + Vệ sinh các khu vực trong khách sạn.
 - + Vệ sinh trang thiết bị, dụng cụ phục vụ khách.
 - + Vệ sinh thực phẩm.
 - + Vệ sinh cá nhân (đối với nhân viên phục vụ)

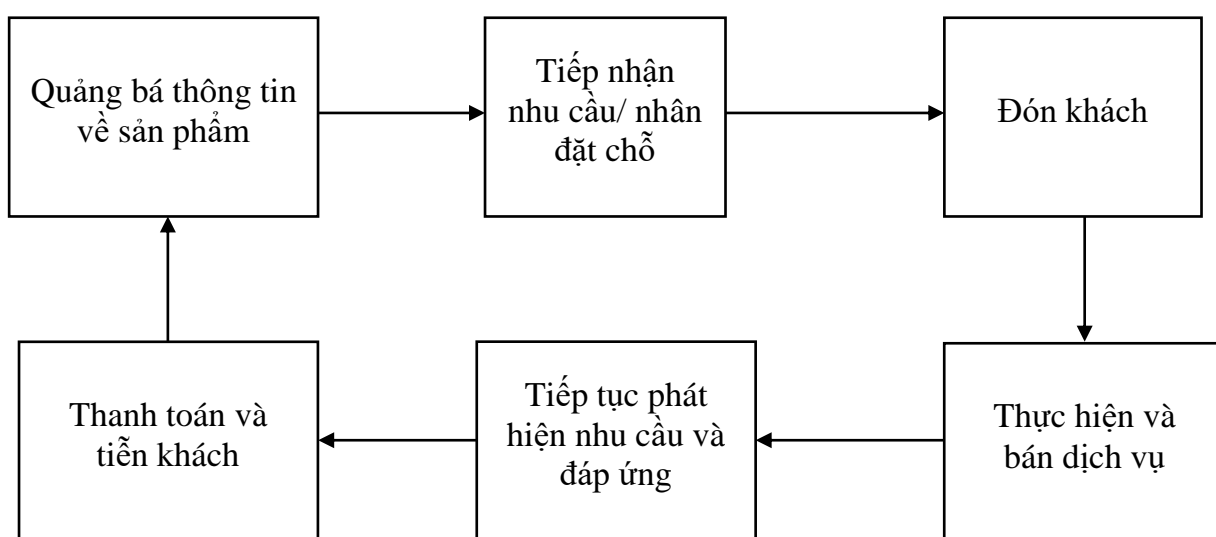
1.4. Khái niệm về các hoạt động kinh doanh khách sạn

1.4.1. Khái niệm về kinh doanh lưu trú

Đây là hoạt động kinh doanh chính của một khách sạn. Cơ sở của việc kinh doanh lưu trú là quá trình cho thuê buồng ngủ và các thiết bị vật chất đi kèm tạo điều kiện cho

khách thực hiện được chuyến đi của mình trong một thời gian nhất định. Hoạt động kinh doanh lưu trú là quá trình kết hợp giữa việc sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật và hoạt động phục vụ của đội ngũ nhân viên để thỏa mãn tối đa nhu cầu của khách. Trong quá trình thực hiện kinh doanh lưu trú, doanh nghiệp không tạo ra sản phẩm mới và giá trị mới. Tuy nhiên, mức độ thỏa mãn của khách hàng khi sử dụng dịch vụ lưu trú của khách sạn sẽ là yếu tố quyết định giá cả của dịch vụ và hiệu quả kinh doanh của khách sạn trong hiện tại và tiềm năng, vị thế của khách sạn trên thị trường trong thời gian tới.

Quá trình thực hiện hoạt động kinh doanh lưu trú được thể hiện theo sơ đồ sau:



Sơ đồ 1. Tiến trình thực hiện hoạt động kinh doanh lưu trú

Để thực hiện có hiệu quả hoạt động kinh doanh lưu trú, chúng ta phải xuất phát từ quá trình tìm hiểu thị hiếu, nhu cầu mong đợi của từng đối tượng khách, từ đó có kế hoạch chuẩn bị cơ sở vật chất trong khách sạn, lựa chọn phương án bố trí sao cho các tiêu chuẩn phục vụ phù hợp với từng đối tượng.

1.4.2. Khái niệm về kinh doanh dịch vụ ăn uống

Kinh doanh dịch vụ ăn uống trong du lịch bao gồm các hoạt động chế biến thức ăn, bán và phục vụ nhu cầu tiêu dùng các thức ăn, đồ uống và cung cấp các dịch vụ khác nhằm mục đích thỏa mãn về ăn uống và giải trí tại khách sạn cho khách, nhằm mục đích có lãi.

Xuất phát từ khái niệm này, chúng ta thấy rằng hoạt động kinh doanh dịch vụ ăn uống trong kinh doanh du lịch sẽ có ba nhóm hoạt động cơ bản sau:

- Thứ nhất là hoạt động chế biến thức ăn cho khách. Đây là hoạt động sản xuất vật chất, nó đòi hỏi tính chuyên nghiệp cao

– Thứ hai là hoạt động bán sản phẩm do chính nhà hàng chế biến và cả những sản phẩm do đơn vị khác (như nước giải khát, rượu, bia...). Đây chính là hoạt động lưu thông, đóng vai trò là một mắt xích trong kênh phân phối.

– Thứ ba là hoạt động tổ chức phục vụ. Hoạt động này tạo điều kiện cho khách hàng tiêu thụ thức ăn tại chỗ, đồng thời cũng tạo điều kiện cho khách nghỉ ngơi, thư giãn. Đây là khâu quan trọng, có tác động trực tiếp đến ý kiến đánh giá của khách về chất lượng dịch vụ.

Doanh thu từ hoạt động kinh doanh dịch vụ ăn uống chiếm một tỉ trọng đáng kể trong tổng doanh thu của một khách sạn. Tỉ trọng doanh thu của hoạt động kinh doanh ăn uống chiếm trong tổng doanh thu của một khách sạn thể hiện mức độ hoàn thiện của hệ thống dịch vụ trong khách sạn đó. Khi ngành du lịch càng phát triển thì tỉ trọng này sẽ tăng cao trong toàn ngành.

Kinh doanh ăn uống không những mang lại lợi ích hữu hình cho doanh nghiệp là doanh thu và lợi nhuận mang về mà còn là cơ hội để doanh nghiệp quảng bá văn hóa của đơn vị mình, đất nước mình trong quá trình phục vụ khách. Điều này đặc biệt hiệu quả là quảng bá văn hóa ẩm thực và văn hóa ứng xử.

Để nâng cao hiệu quả kinh doanh ăn uống, doanh nghiệp cần xuất phát từ đặc điểm về văn hóa của từng nhóm khách hàng để cung ứng được những sản phẩm phù hợp. Tiếp theo, cần phải chú trọng đến tính đa dạng của thực đơn, yếu tố dinh dưỡng, vệ sinh của từng loại sản phẩm, phong cách phục vụ và chắc chắn là phải có chính sách giá hợp lý để thu hút khách hàng.

1.4.3. Khái niệm về kinh doanh các dịch vụ bổ sung

Kinh doanh phục vụ các dịch vụ bổ sung nhằm đáp ứng các nhu cầu khách của khách (ngoài nhu cầu về lưu trú, ăn uống), các dịch vụ bổ sung nảy sinh do yêu cầu rất đa dạng của khách trong thời gian lưu trú.

Loại hình kinh doanh các dịch vụ bổ sung trong khách sạn ra đời muộn hơn các dịch vụ kinh doanh chính như lưu trú và ăn uống nhưng đóng vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh khách sạn. Đây cũng là một trong những tiêu chuẩn quan trọng để xếp hạng và đánh giá chất lượng của các khách sạn.

Hoạt động kinh doanh, phục vụ dịch vụ bổ sung trong khách sạn thường được chia thành 4 nhóm:

Nhóm 1: Những dịch vụ bổ sung nhằm đáp ứng nhu cầu sinh hoạt hàng ngày như giặt là, điện thoại, bán đồ lưu niệm ...

Nhóm 2: Những dịch vụ nhằm đáp ứng nhu cầu vui chơi, giải trí của khách như sàn nhảy, câu lạc bộ giải trí, bể bơi, sân tennis,...

Nhóm 3: Những dịch vụ nhằm nâng cao tiện nghi cho khách như phục vụ đồ ăn uống trên phòng, dịch vụ tiếp xúc, giao dịch...

Nhóm 4: Những dịch vụ đặc biệt đáp ứng nhu cầu khác của khách như: thuê thư ký, cho thuê phiên dịch, tổ chức hội thảo, dịch vụ tài chính, trông trẻ, phục vụ người tàn tật, dịch vụ hội thảo...)

Phần lớn các dịch vụ bổ sung không trực tiếp sản xuất ra vật chất, chi phí thấp nhưng nếu được thực hiện tốt sẽ mang lại lợi nhuận cao và tạo ra khả năng thu hút khách rất lớn. Đây chính là phương tiện cạnh tranh của khách sạn.

1.5. Đặc điểm và chức năng của kinh doanh khách sạn

1.5.1. Đặc điểm kinh doanh khách sạn

1.5.1.1. Sản phẩm của kinh doanh khách sạn chủ yếu là sản phẩm dịch vụ

Sản phẩm kinh doanh của khách sạn chủ yếu là sản phẩm dịch vụ, sản phẩm dưới dạng phi vật chất, vô hình và một bộ phận sản phẩm vật chất mà khách sạn cung cấp nhằm đáp ứng nhu cầu của khách trong thời gian lưu trú tại khách sạn. Từ đó, sản phẩm của khách sạn có những đặc điểm sau:

- Sản phẩm của khách sạn không thể lưu kho, vì thời gian sản xuất và thời gian tiêu dùng trùng về không gian và thời gian. Vì vậy để nâng cao hiệu quả kinh doanh, khách sạn cần áp dụng các biện pháp thu hút khách, nâng cao hiệu quả sử dụng buồng.

- Sản phẩm dịch vụ của khách sạn mang tính vô hình, vì sản phẩm dịch vụ không tồn tại dưới dạng vật chất, không nhìn thấy và sờ mó được. Vì vậy chất lượng sản phẩm dịch vụ của khách sạn được thể hiện sau khi khách tiêu dùng, mà mỗi người khách có tâm lý khác nhau, có nhu cầu khác nhau, nên có cảm nhận sản phẩm dịch vụ khách sạn cũng không giống nhau. Vì vậy, khách sạn muốn đề ra các biện pháp thu hút khách phải nghiên cứu thị trường, nghiên cứu nhu cầu khách, trên cơ sở đề ra các biện pháp nâng cao chất lượng dịch vụ phục vụ khách phù hợp với nhu cầu khách.

- Sản phẩm của khách sạn có tính cao cấp, vì khách đến khách sạn là khách du lịch, có khả năng thanh toán và chi trả cao hơn mức chi thường xuyên. Vì vậy, người ta thường gọi nhu cầu du lịch là nhu cầu thượng lưu. Từ đặc điểm trên đòi hỏi khách sạn một mặt phải đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của khách ngày càng cao.

- Sản phẩm của khách sạn mang tính quốc tế cao. Thời đại ngày nay là thời đại hợp tác và hội nhập kinh tế khu vực và thế giới, thị trường nói chung và thị trường du lịch nói riêng của quốc gia là một bộ phận của thị trường. Xuất phát từ nhu cầu du lịch

của các nước nên khách du lịch quốc tế đến Việt Nam ngày càng tăng, thu hút khách quốc tế đến nước ta là mục tiêu chiến lược phát triển du lịch cả nước nói chung và khách sạn nói riêng. Để thực hiện mục tiêu này, ngoài phát triển sản phẩm du lịch truyền thống của Việt Nam, các khách sạn phát triển kinh doanh các sản phẩm đặc sản của các nước để đáp ứng nhu cầu khách quốc tế, đồng thời phải đào tạo đội ngũ nhân viên có trình độ nghiệp vụ giỏi và thông thạo ngoại ngữ để phục vụ khách quốc tế.

– Sản phẩm khách sạn nói riêng và sản phẩm du lịch nói chung chỉ được thực hiện với sự tham gia của khách du lịch. Thời gian sản xuất và thời gian tiêu dùng các sản phẩm trùng nhau về không gian thời gian. Như vậy, khách du lịch là người đóng vai trò quan trọng tham gia sản xuất và thực hiện sản phẩm của khách sạn, không có khách du lịch thì sản phẩm khách sạn cũng không sản xuất được.

– Sản phẩm của khách sạn chủ yếu là sản phẩm dịch vụ, số lượng và chất lượng dịch vụ quyết định bởi cơ sở vật chất kỹ thuật và nhân viên phục vụ. Vì vậy, để nâng cao chất lượng sản phẩm và thu hút khách, các khách sạn phải thường xuyên đổi mới trang thiết bị phục vụ khách theo hướng văn minh, lịch sử và hiện đại, đồng thời phải quan tâm đào tạo bồi dưỡng đội ngũ nhân viên về nghiệp vụ, ứng xử với khách lịch thiệp và có văn hóa, thông thạo về ngoại ngữ nâng cao chất lượng phục vụ khách.

1.5.1.2. Kinh doanh khách sạn đòi hỏi vốn đầu tư lớn, hiệu quả kinh doanh cao và thời gian hoàn vốn nhanh.

Hoạt động kinh doanh khách sạn chỉ thành công khi biết khai thác một cách hiệu quả nguồn tài nguyên du lịch. Tài nguyên du lịch là yếu tố thúc đẩy con người đi du lịch, đây là yếu tố quyết định nguồn khách của khách sạn. Ngoài ra, khả năng tiếp nhận tài nguyên du lịch ở mỗi điểm du lịch sẽ quyết định quy mô và thứ hạng của khách sạn. Rõ ràng, trong kinh doanh khách sạn, tài nguyên du lịch đóng một vai trò then chốt, xác lập số lượng và đối tượng khách đến khách sạn đồng thời nó cũng quyết định đến quy mô, thứ hạng và hiệu quả kinh doanh của khách sạn.

Muốn kinh doanh khách sạn đòi hỏi phải có lượng vốn đầu tư xây dựng, bảo tồn, sửa chữa và đổi mới trang thiết bị kỹ thuật phục vụ khách với khối lượng lớn. Đặc điểm này xuất phát từ yêu cầu chất lượng sản phẩm khách sạn rất cao, vì chất lượng sản phẩm phụ thuộc vào chất lượng các thành phần cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn. Chất lượng các thành phần cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn quyết định chất lượng sản phẩm khách sạn.

Tuy đầu tư kinh doanh khách sạn với lượng vốn khá lớn song hiệu quả kinh doanh khách sạn thường cao, trong điều kiện bình thường tỉ suất lợi nhuận trên doanh thu trên dưới 10% và sức sinh lời trên đồng vốn từ 0,12 – 0,15. Nghĩa là thời gian hoàn trả vốn

bình quân từ 8 – 10 năm. Vì vậy, các nhà đầu tư trong nước và thế giới thường hướng đầu tư vào kinh doanh du lịch nói chung và khách sạn nói riêng.

1.5.1.3. Lực lượng lao động trực tiếp làm việc trong khách sạn lớn, đa dạng về cơ cấu ngành nghề.

Sản phẩm du lịch nói chung và khách sạn nói riêng là sản phẩm dịch vụ, người lao động trực tiếp phục vụ khách theo yêu cầu của khách. Hoạt động kinh doanh khách sạn và sản xuất sản phẩm dịch vụ không thể cơ giới hóa được mà chủ yếu sử dụng lao động thủ công của nhân viên, thời gian phục vụ khách của khách sạn suốt ngày đêm. Vì vậy, kinh doanh khách sạn sử dụng lực lượng khá lớn, một khách sạn có 100 buồng thường tái sử dụng số lượng bình quân khoảng 160 người. Đây là đặc điểm đòi hỏi các nhà quản lý kinh doanh khách sạn đặc biệt quan tâm, số lượng lao động đông, chi phí trả lương lớn, ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh và chất lượng phục vụ khách. Để giải quyết khó khăn trên, khách sạn cần áp dụng đồng bộ các biện pháp thu hút khách, bố trí sắp xếp và sử dụng lao động hợp lý, áp dụng chính sách luân chuyển lao động. Hướng áp dụng chính sách luân chuyển lao động là luân chuyển lao động khi đông khách tập trung lao động ở các bộ phận ít liên quan phục vụ khách vào phục vụ khách, luân chuyển thu hút lao động từ bên ngoài có trình độ, thay thế số lao động yếu sức khỏe và hạn chế về trình độ năng lực.

Việc sử dụng nguồn nhân lực trong kinh doanh khách sạn có ý nghĩa rất quan trọng và cũng là một yếu tố quyết định đến hiệu quả kinh doanh. Chất lượng sản phẩm của khách sạn được đo bằng cảm nhận của khách hàng, do vậy, các hiểu biết về văn hóa ứng xử, tâm lý hành vi... phải được đặc biệt chú trọng trong quá trình tuyển dụng nhân viên cho khách sạn.

1.5.1.4. Đối tượng phục vụ của khách sạn rất đa dạng, phong phú về quốc tịch, tuổi tác, giới tính, dân tộc, tôn giáo, nghề nghiệp.

Đối tượng phục vụ của khách sạn gồm nhiều đối tượng khách khác nhau. Bất cứ đối tượng khách nào có nhu cầu tiêu dùng các sản phẩm của khách sạn thì khách sạn sẵn sàng phục vụ với nhiệt tình của mình. Khách đến khách sạn có nhiều loại với nhiều mục đích khác nhau như nghỉ dưỡng, công tác, nghiên cứu khoa học,...

Xuất phát từ đặc điểm này, vấn đề đặt ra cho mỗi khách sạn là không thể đáp ứng tốt nhu cầu của tất cả các đối tượng khách hàng mà phải lựa chọn cho mình một đối tượng phục vụ phổ biến nhất, có khả năng mang lại lợi nhuận cao – Đó chính là quá trình xác định khách hàng mục tiêu.

1.5.1.5. Các bộ phận trong khách sạn hoạt động tương đối độc lập, nhưng có mối quan hệ gắn bó với nhau để phục vụ khách.

Để thực hiện chức năng hoạt động kinh doanh và mục tiêu chiến lược kinh doanh, khách sạn hình thành cơ cấu tổ chức, kinh doanh theo hướng chuyên môn hóa của từng bộ phận, mỗi bộ phận đảm nhiệm sản xuất một sản phẩm hay một chi tiết của sản phẩm theo quy trình công nghệ đã định sẵn. Chẳng hạn trong kinh doanh lưu trú được hình thành các bộ phận như: dịch vụ tiền sảnh, lễ tân, dịch vụ thông tin liên lạc, dịch vụ buồng phòng, dịch vụ hỗ trợ, v.v... Mỗi bộ phận được chuyên môn hóa làm những nhiệm vụ đã quy định tạo thành một dây chuyền phục vụ khách từ khi khách bước vào cửa của khách sạn đến khi khách rời khỏi khách sạn. Đặc điểm này vừa bảo đảm tính chuyên môn hóa theo công việc, đồng thời bảo đảm tính phối hợp chặt chẽ trong quá trình phục vụ khách với chất lượng cao nhất, nhanh nhất và hợp lý nhất.

1.5.1.6. Hoạt động kinh doanh khách sạn chịu sự tác động của các nhân tố mang tính quy luật.

Trước hết hoạt động kinh doanh khách sạn phụ thuộc vào tài nguyên du lịch, tài nguyên du lịch là tiền đề để hình thành phát triển các điểm du lịch và khu du lịch, và đây cũng là tiền đề để hình thành khách sạn. Ở nơi nào có các tài nguyên phong phú hấp dẫn, ở đó thu hút khách càng đông thì hoạt động kinh doanh của khách sạn phát triển và đạt hiệu quả cao.

Hoạt động kinh doanh du lịch nói chung và khách sạn nói riêng chịu sự tác động của thời tiết khí hậu, từ đó hình thành tính thời vụ của hoạt động du lịch và khách sạn. Vào mùa hè nóng nực, oi bức, khách hình thành như cầu tắm biển và nghỉ mát rất đông đúc thì khách sạn không dung nạp hết, nhưng khi đến mùa đông thì lại vắng khách.

Kinh doanh khách sạn chịu sự tác động của phát triển kinh tế. Ở những địa nào nhịp độ tăng trưởng kinh tế phát triển, đời sống được cải thiện thì nhu cầu du lịch tăng và kinh doanh du lịch phát triển, trong đó có kinh doanh khách sạn.

Việc nghiên cứu kỹ các quy luật và sự tác động của chúng đến kết quả kinh doanh sẽ giúp các khách sạn chủ động đề ra những giải pháp và phương án kinh doanh hiệu quả.

1.5.2. Chức năng của kinh doanh khách sạn

1.5.2.1. Chức năng cung cấp các dịch vụ lưu trú và các dịch vụ kèm theo

Chức năng cung cấp dịch vụ lưu trú: là cung cấp theo buồng phòng, giường và cung cấp các dịch vụ bổ sung phục vụ khách lưu trú. Dịch vụ lưu trú giữ vị trí quan trọng của hoạt động kinh doanh khách sạn, đóng vai trò chi phối mọi hoạt động kinh doanh của khách sạn. Trong kinh doanh khách sạn, cơ sở vật chất kỹ thuật và dịch vụ phục vụ có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, hai yếu tố này đóng vai trò quyết định đến

chất lượng dịch vụ của khách sạn. Hoạt động của các cơ sở lưu trú thông qua sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn và hoạt động của nhân viên giúp chuyển giá trị của cơ sở vật chất thành tiền tệ dưới hình thức khấu hao và thỏa mãn nhu cầu của khách trong thời gian lưu trú.

Cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn đóng vai trò quyết định đến chất lượng phục vụ của khách sạn và cơ sở để phân hạng khách sạn, hình thành giá bán các sản phẩm của khách sạn mà chủ yếu là giá cho thuê buồng.

– Chức năng cung cấp các dịch vụ hỗ trợ của khách sạn bao gồm các loại dịch vụ sau:

+ Dịch vụ bưu chính viễn thông: Đây là loại dịch vụ rất cần thiết cho khách sạn du lịch khi xa nhà và xa cơ quan, doanh nghiệp, nó là phương tiện cho khách giải quyết công việc và tình cảm khi xa nhà và cơ quan. Hiện nay do sự phát triển khoa học công nghệ thông tin rất nhanh đến các khách sạn đã nối mạng internet, áp dụng hệ thống fax, mạng điện thoại để phục vụ khách lưu trú ở khách sạn và phát triển kinh doanh.

+ Dịch vụ thể dục thể thao: như phát triển sân tennis, hồ bơi, phòng tập thể hình ở khách sạn. Đây là loại dịch vụ tạo cho khách thoải mái và vui vẻ.

+ Dịch vụ vui chơi giải trí: nhằm đáp ứng nhu cầu của khách ngoài chương trình du lịch chính thức như tổ chức văn hóa văn nghệ dân gian như đàn ca tài tử, cải lương, chèo, tuồng, quan họ Bắc Ninh, ca nhạc, khiêu vũ, tổ chức vui chơi giữa khách du lịch và dân cư ở địa phương, tổ chức dạo chơi Xem phong cảnh ở công viên và đường phố. Để thực hiện dịch vụ này khách sạn cần có kế hoạch cụ thể.

+ Dịch vụ xông hơi và massage: phục vụ khách sau khi thực hiện chuyến đi mệt mỏi nhưng khách sạn cần phải quản lý chặt chẽ đội ngũ nhân viên và thực hiện nghiêm những quy định của nhà nước về hoạt động dịch vụ này nhằm hạn chế tiêu cực có thể xảy ra.

+ Dịch vụ đại lý: vé tàu xe cho khách, dịch vụ làm visa, dịch vụ lâm thủ tục hải quan, dịch vụ tìm địa chỉ cho khách,... nhằm tạo mọi điều kiện thuận lợi cho khách.

+ Dịch vụ vận chuyển: phục vụ khách đi lại trong địa phương nơi khách đến.

+ Các dịch vụ cá nhân: như giặt là quần áo, dịch vụ y tế khi khách ốm đau trong thời gian lưu trú ở khách sạn.

Căn cứ vào nội dung hoạt động kinh doanh của khách sạn đã đề cập ở trên cho thấy chất lượng phục vụ của khách sạn hoàn toàn phụ thuộc vào số lượng các sản phẩm, dịch vụ và chất lượng sản phẩm, dịch vụ cung ứng cho khách. Đây cũng là tiêu chí để đánh giá kết quả và hiệu quả kinh doanh của khách sạn.

1.5.2.2. Chức năng sản xuất các sản phẩm ăn uống và phục vụ ăn uống cho khách du lịch.

Ăn uống là nhu cầu cơ bản của con người đảm bảo sự tồn tại và phát triển xã hội loài người. Đáp ứng nhu cầu ăn uống của con người có thể được tiến hành theo ba hình thức: từng gia đình tổ chức các bữa ăn, ăn uống do xã hội đứng ra tổ chức và ăn uống được tổ chức ở các khách sạn. Ba hình thức tổ chức ăn uống này hình thành song song tồn tại và phát triển mỗi hình thức tổ chức ăn uống có ưu thế riêng và đặc điểm riêng.

Tổ chức ăn uống ở các khách sạn có đặc điểm người phục vụ các đối tượng khách khác nhau, đủ các thành phần, nghề nghiệp, quốc tịch khác nhau, nhưng nói chung các đối tượng khách là có khả năng thanh toán khá cao, nhu cầu các sản phẩm ăn uống đòi hỏi có chất lượng; tổ chức sản xuất sản phẩm và phục vụ khách theo quy trình khoa học cho đội ngũ nhân viên được đào tạo bài bản; các tiện nghi phục vụ ăn uống đồng bộ phù hợp từng món ăn thức uống và phù hợp từng đối tượng khách; ngoài phục vụ ăn uống khách sạn cung cấp các dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu thẩm mỹ của khách như xem ca nhạc, xem biểu diễn nghệ thuật, khiêu vũ,...

Hoạt động kinh doanh ăn uống của ngành du lịch nói chung khách sạn nói riêng thực hiện ba chức năng: chức năng sản xuất các sản phẩm ăn uống thứ gọi là hàng tự chế; chức năng lưu thông mua các hàng hóa do các ngành khác sản xuất để bán và thường gọi là hàng chuyển bán; chức năng phục vụ ăn uống cho khách tại phòng ăn. Như vậy kinh doanh ăn uống tại khách sạn tạo ra giá trị sử dụng và giá trị mới do quá trình sản xuất sản phẩm tạo ra.

1.5.2.3. Chức năng tổ chức lưu thông hàng hóa.

Xuất phát từ nhu cầu của khách du lịch và hai chức năng trên tạo thành hoạt động kinh doanh khách sạn hoàn chỉnh. Mặt khác, khách sạn thực hiện chức năng tổ chức lưu thông hàng hóa nhằm góp phần phát triển kinh tế ở địa phương, đặc biệt là thúc đẩy khôi phục và phát triển các làng nghề ở địa phương.

Nội dung của chức năng tổ chức lưu thông hàng hóa của khách sạn thể hiện trên các hoạt động sau:

- Để thực hiện chức năng sản xuất các sản phẩm ăn uống và phục vụ ăn uống cho khách, khách sạn phải tổ chức mua lương thực thực phẩm để chế biến các sản phẩm ăn uống mua các hàng hóa để bán cho khách như đồ uống, bánh kẹo, rượu, bia, nước giải khát công nghiệp, hoa quả,...
- Khai thác các sản phẩm đặc sản của địa phương để bán cho khách như hàng thủ công mỹ nghệ, hàng lưu niệm và một số sản phẩm khác mà khách có yêu cầu.

1.6. Chất lượng dịch vụ trong kinh doanh khách sạn

1.6.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ

Chất lượng dịch vụ là một khái niệm gây nhiều sự chú ý và tranh cãi trong các tài liệu nghiên cứu bởi vì các nhà nghiên cứu gặp khó khăn trong việc định nghĩa và đo lường chất lượng dịch vụ mà không hề có sự thống nhất nào.

Theo giáo trình Quản trị kinh doanh của Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Nguyễn Văn Mạnh và Hoàng Thị Lan Hương nhận định rằng chất lượng dịch vụ là một khái niệm khá trừu tượng và khó định nghĩa. Nó là một phạm trù mang tính tương đối chủ quan. Do những đặc điểm của bản thân dịch vụ mà người ta có thể đưa ra những khái niệm chất lượng dịch vụ theo những cách khác nhau.

Chất lượng dịch vụ là những gì mà khách hàng cảm nhận được. Chất lượng dịch vụ dựa vào sự nhận thức hay sự cảm nhận của khách hàng về những nhu cầu cá nhân của họ.

Theo Parasuraman Zeithaml và Berry thì chất lượng dịch vụ là khi cảm nhận của khách hàng về một dịch vụ đã tạo ra ngang xúng với kỳ vọng trước đó của họ. Cũng theo Parasuraman thì kỳ vọng trong chất lượng dịch vụ làm mong đợi mong muốn của khách hàng, nghĩa là họ cảm thấy nhà cung cấp phải thực hiện chứ không phải sẽ thực hiện các yêu cầu về dịch vụ.

Theo Hurbert thì trước khi sử dụng một dịch vụ khách hàng đã hình thành nên một "kịch bản" về chất lượng dịch vụ đó. Khi kịch bản của khách hàng và nhà cung ứng không giống nhau khách hàng sẽ cảm thấy không hài lòng.

Cronin và Taylor cho rằng sửa hài lòng của khách hàng nên đánh giá trong thời gian ngắn, còn chất lượng dịch vụ nên đánh giá theo thái độ của khách hàng về dịch vụ đó trong khoảng thời gian dài.

Và theo Oliver thì cho rằng chất lượng dịch vụ ảnh hưởng đến mức độ thỏa mãn của khách hàng. Nghĩa là chất lượng dịch vụ được xác định bởi nhiều nhân tố khác nhau. Còn Cronin và Taylor đã kiểm định mối quan hệ này và kết luận rằng cảm nhận chất lượng dịch vụ dẫn đến sự hài lòng của khách hàng.

Ngoài ra khái niệm về chất lượng dịch vụ còn là kết quả của sự so sánh của khách hàng được tạo ra giữa sự mong đợi của họ về dịch vụ đó và cảm nhận của họ khi sử dụng dịch vụ đó.

Tóm lại chất lượng dịch vụ là kết quả của một quá trình đánh giá tích lũy của khách hàng dựa trên sự so sánh giữa chất lượng mong muốn (hay dự đoán) và mức độ chất lượng khách sạn khách hàng đã nhận được. Hay có thể nói một cách khác: Chất

lượng dịch vụ luôn được so sánh với mức độ thỏa mãn nhu cầu của khách hàng sau khi đã tiêu dùng dịch vụ.

Vậy chất lượng dịch vụ khách sạn theo cách tiếp cận từ góc độ người tiêu dùng chính là mức độ thỏa mãn của khách hàng. Mà sự thỏa mãn, theo kết quả nghiên cứu của ông Donald M. Davidoff, tại được đo bởi biểu thức tâm lý:

Sự thỏa mãn = Sự cảm nhận – Sự mong đợi

Khách hàng sẽ bị thất vọng nếu sự cảm nhận của họ thấp hơn sự mong đợi mà họ có trước đó khi đó chất lượng dịch vụ khách sạn sẽ bị đánh giá tồi tệ và ngược lại

Theo cách này, chất lượng dịch vụ khách sạn cũng có thể hiểu là mức cung cấp dịch vụ tối thiểu của một doanh nghiệp khách sạn đã lựa chọn nhằm thỏa mãn ở mức độ cao nhu cầu của thị trường khách mục tiêu của mình. Đồng thời, mức độ cung cấp dịch vụ đã được xác định đòi hỏi phải được duy trì nhất quán trong suốt thời gian kinh doanh.

1.6.2. Đặc điểm chất lượng dịch vụ

1.6.2.1. Chất lượng dịch vụ khó đo lường, đánh giá

Đặc điểm này do tính chất không đồng nhất của dịch vụ du lịch tạo ra. Việc đặt ra các tiêu chuẩn đầu ra cho chất lượng dịch vụ là rất khó khăn, do đó nó cần phải gắn với những tiêu chuẩn của những yếu tố hữu hình trong kinh doanh khách sạn.

1.6.2.2. Chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào cảm nhận của khách hàng

Như trên đã phân tích chất lượng dịch vụ là sự so sánh của khách hàng về những kỳ vọng của họ đối với dịch vụ trước khi tiêu dùng và cảm nhận của họ sau khi tiêu dùng dịch vụ. Một dịch vụ có chất lượng tốt khi khách hàng không thấy có sự khác biệt giữa kỳ vọng và cảm nhận.

1.6.2.3. Chất lượng dịch vụ du lịch phụ thuộc vào chất lượng điều kiện vật chất thực hiện dịch vụ

Để khắc phục tính vô hình của dịch vụ du lịch, để tạo cảm nhận tốt cho khách hàng đối với dịch vụ du lịch của mình doanh nghiệp kinh doanh du lịch cần phải chú trọng đến điều kiện vật chất thực hiện dịch vụ. Đó là các yếu tố hữu hình như: kiến trúc khuôn viên khu du lịch, các vật dụng bài trí trong khách sạn, trang thiết bị dụng cụ phục vụ trong nhà hàng, quần áo trang phục của nhân viên phục vụ, cần phải tương xứng với giá cả của dịch vụ đơn vị mình cung cấp và phù hợp với thu nhập của nhóm khách hàng mục tiêu. Những đơn vị kinh doanh du lịch sử dụng phương tiện vật chất kỹ thuật tốt, có thương hiệu, đắt giá thường gắn liền với cảm nhận về một dịch vụ cao cấp.

1.6.2.4. Chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào người cung cấp dịch vụ du lịch

Trong kinh doanh dịch vụ du lịch nhân tố con người đặc biệt quan trọng. Chất lượng dịch vụ du lịch phụ thuộc rất nhiều vào chất lượng của các nhân viên phục vụ trực tiếp. Khách hàng thường đánh giá nhân viên phục vụ qua những khía cạnh sau: thái độ phục vụ thể hiện qua sự nhanh nhẹn, chu đáo, nhiệt tình với khách,...; kỹ năng phục vụ và kỹ năng giao tiếp thể hiện trong quá trình thực hiện công việc; kỹ năng xử lý tình huống và rất quan tâm đến trang phục và các phục trang của nhân viên phục vụ. Hiện nay nhiều doanh nghiệp đã rất chú trọng đến công tác đào tạo, bồi dưỡng tay nghề và kỹ năng phục vụ để đáp ứng nhu cầu ngày một cao của khách hàng.

1.6.2.5. Chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào quá trình cung cấp dịch vụ của doanh nghiệp du lịch

Quá trình cung cấp dịch vụ du lịch thường nhiều công đoạn. Tuy nhiên đối với khách hàng sau khi sử dụng sản phẩm du lịch cái mà họ lưu giữ được chủ yếu ở dạng mô hình đó là trải nghiệm, là cảm giác hài lòng hay không hài lòng. Do đó, chất lượng và cách thức cung cấp từng công đoạn dịch vụ và rất quan trọng và vai trò của các công đoạn đối với việc tạo ra cảm nhận của khách hàng đều quan trọng như nhau. Giả sử một nhóm khách tới trưa tại một nhà hàng, các món ăn được nấu rất ngon, giá của thực đơn hợp lý, nhưng do quá đông khách nên nhân viên phục vụ không bung món ăn ra kịp thời, thậm chí khi thanh toán phải để chờ đợi lâu nên vài người khách tỏ vẻ rất khó chịu khi ra về. Đây là một tình huống rất phổ biến và đã được chứng minh rằng trong du lịch, để được đánh giá chất lượng phục vụ tốt thì tất cả các khâu trong quá trình cung cấp dịch vụ đều phải được thực hiện tốt.

1.6.3. Các hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn

Nâng cao chất lượng dịch vụ sẽ làm giảm sự chênh lệch về nghề nghiệp, trình độ, dân tộc, địa vị xã hội,... Vì bất kỳ ai dù họ có xuất phát như thế nào, một khi đã là khách của khách sạn cùng sử dụng một loại dịch vụ thì sẽ được đối xử bình đẳng như nhau.

Không những thế, nâng cao chất lượng dịch vụ còn làm tăng điều kiện nghỉ ngơi cho nhân dân, nâng cao mức sống, tạo môi trường văn hoá lành mạnh, giáo dục lòng tự hào dân tộc, tạo mối quan hệ thân thiết hữu nghị giữa các dân tộc trên thế giới. Đồng thời nó còn tăng cường thu hút thêm du khách đến tham quan, phá đi khoảng cách giàu nghèo, màu da, tạo nên bầu không khí dân tộc bình đẳng, góp phần củng cố nền hoà bình thế giới.

Chất lượng dịch vụ là yếu tố quyết định đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của khách sạn. Đây là ý nghĩa quan trọng nhất vì mọi doanh nghiệp hay cá nhân trong doanh nghiệp có thể nhận thấy những cố gắng của mình trong kết quả kinh doanh. Chất lượng dịch vụ là công cụ hết sức hữu hiệu làm tăng khả năng cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Một khách sạn với chất lượng dịch vụ tốt không những giữ vững được thị trường khách hiện tại mà còn có thể thu hút thêm khách hàng mới trong tương lai.

Chất lượng dịch vụ là phương tiện quảng cáo có hiệu quả nhất cho khách sạn. Một khi sản phẩm dịch vụ đủ sức thuyết phục khách hàng thì chính người này lại trở thành người quảng cáo nhiệt thành nhất cho khách sạn. Tuy chi phí cho việc bảo trì và đảm bảo chất lượng là một con số không nhỏ nhưng một dịch vụ hoàn hảo có ý nghĩa rất lớn, bởi dù lời khen hay chê cũng đều được lan truyền từ người này sang người khác rất nhanh và kết quả có thể là tích cực hoặc tiêu cực, bỏ ra một khoản chi phí để thu về nguồn lợi lâu dài là điều đáng làm ở tất cả các doanh nghiệp.

1.6.3.1. Tăng cường đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật

Cơ sở vật chất kỹ thuật là một trong những yếu tố tham gia vào việc sản xuất ra các sản phẩm dịch vụ. Trong khách sạn đó là các khu phục vụ khách như buồng, bàn, bar... và trang thiết bị máy móc phục vụ cho công việc, đồ trang trí tạo nên vẻ đẹp bên ngoài cho dịch vụ. Sản phẩm dịch vụ không chỉ tốt về chất lượng bên trong mà còn phải đẹp bên ngoài. Các tiêu chí để đánh giá chất lượng cơ sở vật chất kỹ thuật trong khách sạn là: sự tiện nghi, tính thẩm mỹ và sự an toàn.

- Mức độ tiện nghi của trang thiết bị: Đầy đủ, đảm bảo tính hiện đại và sự tiện lợi cho khách, nhân viên.
- Tính thẩm mỹ: Thể hiện ở lối kiến trúc độc đáo, hợp lý; sự đồng bộ về kiểu dáng, màu sắc, ánh sáng; sự hài hoà trong cách bài trí... nhằm gây ấn tượng cho người tiêu dùng. Mỗi khách sạn nên tạo cho mình một gam màu riêng dựa trên đặc điểm văn hoá của khách.
- Mức độ an toàn: Khi đầu tư xây dựng một khách sạn, các nhà đầu tư sẽ chú ý rất nhiều vào mức độ an toàn nhằm bảo đảm cho khách cũng như đối phó với dư luận về an toàn của khách sạn. Đó là thiết bị phòng cháy chữa cháy, thiết bị đảm bảo an toàn cho người sử dụng, an toàn về tính mạng, tài sản cho khách...
- Sự vệ sinh sạch và an toàn theo đúng tiêu chuẩn: bầu không khí trong lành vô hại, mùi hương trong phòng phải tự nhiên, nguồn nước và môi trường xanh... đảm bảo cho khách cảm nhận được sự thoáng đãng trong lành.

Bốn tiêu chí này thường đi kèm với nhau, nếu thiếu một trong bốn thì cơ sở vật chất cũng không được đánh giá là hoàn hảo.

1.6.3.2. Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên

Chất lượng dịch vụ đặc biệt là chất lượng phục vụ của khách sạn phụ thuộc rất nhiều vào yếu tố con người. Đối với lãnh đạo và các cấp quản lý thì trình độ quản lý,

nhận thức về chất lượng... Quyết định đến chủ trương chính sách đúng đắn về hoạt động kinh doanh từ đó ảnh hưởng mạnh mẽ đến chất lượng dịch vụ. Đối với nhân viên, người cung cấp dịch vụ cho du khách thì trình độ nghiệp vụ, ngoại ngữ, kỹ năng giao tiếp với khách hàng, v.v... là yếu tố trực tiếp quyết định đến chất lượng dịch vụ khách sạn. Vì vậy, cần phải nâng cao nhận thức của nhân viên trong việc duy trì và thúc đẩy nâng cao chất lượng của khách sạn. Muốn vậy doanh nghiệp khách sạn cần phải đào tạo và tạo điều kiện cho họ để hoàn thành nhiệm vụ.

1.6.3.3. Đa dạng hóa về dịch vụ

Đa dạng hóa dịch vụ là quá trình phát triển cải biến, sáng tạo ra nhiều loại dịch vụ từ những sản phẩm truyền thống sẵn có, đồng thời cải biến và nhập ngoại nhiều loại sản phẩm cùng loại, phong phú về chủng loại và mẫu mã từ những sản phẩm thô đến sản phẩm qua chế biến. Đây là một trong những phương thức căn bản để nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường.

Khách sạn đa dạng hơn về các sản phẩm dịch vụ để đáp ứng được nhu cầu của khách hàng.

1.7. Ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng dịch vụ trong khách sạn

Việc nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn là rất quan trọng, đòi hỏi phải được quan tâm đúng mức và phải được thực hiện thường xuyên.

Những lý do cho việc phải nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn:

- Xu hướng hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới của đất nước để có thể cạnh tranh trong môi trường quốc tế đòi hỏi các doanh nghiệp khách sạn của nước ta về nâng cao chất lượng dịch vụ, đó là sự lựa chọn duy nhất.
- Ngày nay khi nền kinh tế ngành cao phát triển mức sống ngày càng nâng cao thì đòi hỏi và nhu cầu của khách hàng ngày càng đa dạng và phong phú, đặc biệt là du khách quốc tế. Họ không chỉ có khả năng thanh toán cao mà còn có nhiều kinh nghiệm trong việc tiêu dùng sản phẩm của khách sạn, họ có nhiều kinh nghiệm đi du lịch.
- Nhu cầu đăng ký, bảo vệ và khẳng định thương hiệu của các khách sạn trong nước trước sự “bành trướng” của các doanh nghiệp khách sạn liên doanh với các tập đoàn khách sạn lớn của nước ngoài.

Chính vì vậy, việc nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn đã trở thành vấn đề sống còn của các doanh nghiệp trong giai đoạn hiện nay.

1.7.1. Chất lượng dịch vụ giúp gia tăng lợi nhuận cho khách sạn

Chất lượng dịch vụ cao giúp khách sạn giữ chân các khách hàng cũ, tạo ra nhiều khách hàng trung thành và thu hút thêm nhiều khách hàng mới. Việc nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn tạo ra nhiều lợi ích như:

- Giảm thiểu các chi phí marketing, chi phí quảng cáo điều đó làm giảm giá thành sản phẩm cho khách sạn.
- Tăng thị phần và duy trì tốc độ tăng trưởng cao về về chỉ tiêu khách của khách sạn qua đó doanh thu khách sạn tăng lên.
- Tăng số lượng khách hàng trung thành cho khách sạn, đây là biện pháp giúp tăng uy tín, thương hiệu của khách sạn.

1.7.2. Chất lượng dịch vụ giúp tăng khả năng cạnh tranh và tăng giá bán hợp lý trên thị trường

Thị trường khách du lịch là thị trường khách chính của các khách sạn. Đây là thị trường khách khó tính, có khả năng thanh toán cao, và đương nhiên cũng có đòi hỏi rất cao về chất lượng dịch vụ. Họ mong muốn được thực sự nghỉ ngơi và thư giãn, do đó, họ sẽ sẵn sàng bỏ ra nhiều tiền để mua những sản phẩm có chất lượng cao. Chính vì đặc điểm này của khách hàng mà khách sạn tìm mọi cách để nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm mục tiêu tăng giá bán sản phẩm lên một cách hợp lý mà vẫn đảm bảo tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường.

1.7.3. Nâng cao chất lượng dịch vụ giúp giảm thiểu các chi phí kinh doanh cho khách sạn

Ngoài việc giảm thiểu chi phí marketing, việc không ngừng hoàn thiện chất lượng dịch vụ giúp các khách sạn tiết kiệm các chi phí kinh doanh

- Chất lượng dịch vụ được đảm bảo sẽ giảm khả năng mắc lỗi trong quá trình cung cấp dịch vụ
- Tối thiểu hóa các hao phí về thời gian và chi phí cho hoạt động kiểm tra, giám sát quá trình cung cấp dịch vụ
- Giảm chi phí cho việc sửa chữa các sai sót: chi phí đền bù thiệt hại cho khách, chi phí đối phó với các dư luận bất lợi cho khách sạn, chi phí xử lý phàn nàn của khách hàng,
- Chất lượng dịch vụ cao làm giảm các chi phí bất hợp lý về nhân lực vì:
 - + Những khách sạn duy trì và đảm bảo chất lượng dịch vụ tốt sẽ cung cấp cho người lao động môi trường làm việc tích cực. Nhân viên sẽ làm việc và gắn bó với khách sạn lâu dài hơn. Do đó, hệ số luân chuyển lao động giảm, chi phí cho việc tuyển dụng - đào tạo - huấn luyện nhân viên giảm.

- + Nhân viên sẽ cảm thấy tự hào khi làm việc tại khách sạn có uy tín và danh tiếng trên thị trường. Họ thường xuyên tự nâng cao trình độ nghiệp vụ để đáp ứng với yêu cầu của thực tế. Chất lượng dịch vụ cao sẽ giúp khách sạn giảm chi phí đào tạo - bồi dưỡng - huấn luyện nhân viên.

Tóm lại, việc không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ đem lại rất nhiều lợi ích trong kinh doanh khách sạn. Do đó, không ngừng hoàn thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn là “sự lựa chọn bắt buộc” đối với các khách sạn.

1.8. Các yếu tố ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh khách sạn

1.8.1. Nhân tố bên ngoài khách sạn

1.8.1.1. Các yếu tố thuộc về nhà cung ứng khách sạn

Là các yếu tố trực tiếp ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ khách sạn gồm: Cơ sở vật chất kỹ thuật- công nghệ, phương pháp tổ chức, quản lý, đội ngũ lao động của khách sạn, nguyên vật liệu, giá cả, sự phối hợp giữa các bộ phận và các yếu tố khác. Sự phân chia các yếu tố này chỉ mang tính chất quy ước, tất cả các nhóm yếu tố đó đều trong một tổng thể thống nhất và có mối quan hệ hữu cơ với nhau, cụ thể như sau:

- Yếu tố cơ sở vật chất kỹ thuật - công nghệ: đây là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ trong kinh doanh khách sạn. Cơ sở vật chất kỹ thuật- công nghệ càng hiện đại sẽ tạo điều kiện thực hiện tốt và nâng cao chất lượng dịch vụ. Cơ sở vật chất kỹ thuật còn là cơ sở cho khách hàng cảm nhận và tin tưởng vào dịch vụ của khách sạn trước khi họ quyết định mua. Bởi sản phẩm dịch vụ là vô hình nên cơ sở vật chất kỹ thuật chính là một trong những bằng chứng chứng nhận về chất lượng dịch vụ. Nó tác động tới ấn tượng ban đầu của khách hàng, do đó nó sẽ ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ.

- Yếu tố nguyên vật liệu và hàng hóa: Sản phẩm trong kinh doanh khách sạn gồm yếu tố “dịch vụ” và yếu tố “hàng hóa”. Mặc dù yếu tố “dịch vụ” là yếu tố quyết định đến chất lượng dịch vụ nhưng yếu tố “hàng hóa” rất quan trọng. Bởi nếu không có nó sẽ không tồn tại một sản phẩm hoàn chỉnh cho du khách. Điều này được thể hiện rõ nét nhất trong kinh doanh ăn uống của khách sạn; đó là nguyên vật liệu đầu vào để chế biến các món ăn, đồ uống phục vụ khách hàng, số lượng đúng thời lượng,... có như vậy mới ổn định và chủ động được trong quá trình sản xuất, phục vụ khách hàng đảm bảo chất lượng dịch vụ.

- Yếu tố con người: Chất lượng dịch vụ đặc biệt là chất lượng phục vụ của khách sạn phụ thuộc rất nhiều vào yếu tố con người. Đối với lãnh đạo và các cấp quản lý thì trình độ quản lý, nhận thức về chất lượng... Quyết định đến chủ trương chính sách đúng đắn về hoạt động kinh doanh từ đó ảnh hưởng mạnh mẽ đến chất lượng dịch vụ. Đối với

nhân viên, người cung cấp dịch vụ cho du khách thì trình độ nghiệp vụ, ngoại ngữ, kỹ năng giao tiếp với khách hàng, v.v... là yếu tố trực tiếp quyết định đến chất lượng dịch vụ khách sạn. Vì vậy, cần phải nâng cao nhận thức của nhân viên trong việc duy trì và thúc đẩy nâng cao chất lượng của khách sạn. Muốn vậy doanh nghiệp khách sạn cần phải đào tạo và tạo điều kiện cho họ để hoàn thành nhiệm vụ.

– Yếu tố phương pháp tổ chức quản lý: phản ánh mối quan hệ chính thức, giúp cho các nhà quản lý giải quyết được các mâu thuẫn cơ bản trong khách sạn. Phương pháp quản lý ở đây được hiểu theo nghĩa rộng, nó không chỉ là cơ cấu tổ chức bộ máy mà còn là chính sách, cơ chế, hệ thống thông tin quản lý, giám sát, v.v... có thể nói rằng: việc một khách sạn chọn phương pháp tổ chức quản lý như thế nào để phù hợp đóng một vai trò không nhỏ trong việc quản lý chất lượng dịch vụ. Chẳng hạn nếu một khách sạn chọn mô hình quản lý không phù hợp với cơ chế hoạt động của mình thì sẽ gây rối loạn đến công tác quản lý chung về chất lượng dịch vụ và ngược lại. Ngoài ra, phương pháp, cơ chế quản lý phù hợp sẽ tạo ra điều kiện cho việc giám sát chặt chẽ chất lượng dịch vụ trong quá trình cung cấp cho du khách.

1.8.1.2. Các yếu tố thuộc về khách hàng

Chúng ta xem xét ảnh hưởng của khách hàng dưới góc độ là người tiêu dùng và khách hàng là yếu tố tham gia sản xuất.

Khách hàng dưới góc độ người tiêu dùng: Không ai khác, chính khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ, nó mang tính chủ quan của khách. Vì vậy, sự nhận thức và sự hiểu biết tâm lý sẽ quyết định đến chất lượng dịch vụ mà khách hàng đó tiêu dùng. Cùng một sản phẩm dịch vụ khách sạn nhưng phục vụ cho những đối tượng khách khác nhau thì họ sẽ có những cảm nhận, đánh giá khác nhau về sản phẩm dịch vụ đó. Như vậy, doanh nghiệp khách sạn cần phải hiểu biết được các mong đợi của khách và hoạt động kinh doanh của mình luôn phải hướng vào khách mà phục vụ. Đặt chúng ta vào vị trí của từng đối tượng khách để xem muốn gì nhằm đưa ra dịch vụ phù hợp nhất thỏa mãn nhu cầu của họ.

Khách hàng dưới góc độ là yếu tố tham gia vào quá trình sản xuất và cung cấp dịch vụ: trước tiên, để đưa ra quyết định sản xuất một sản phẩm hay dịch vụ nào đó, khách sạn cần tìm hiểu nhóm khách hàng và nhu cầu của họ như thế nào? Nhằm đề ra giải pháp một cách chính xác, phù hợp với từng đối tượng. Như vậy, những thông tin của khách hàng là một trong những cơ sở đầu vào quan trọng cho quá trình sản xuất sản phẩm và phục vụ. Bên cạnh đó sự hợp tác của khách hàng còn thể hiện ở việc cung cấp những thông tin phản hồi cho nhân viên, để nhà cung cấp có thể sửa chữa, điều chỉnh và

cung ứng dịch vụ tốt hơn. Từ đó người làm dịch vụ phải đoán biết được nhu cầu của từng khách hàng đang mong muốn điều gì để cung cấp dịch vụ cho phù hợp.

1.8.1.3. Các yếu tố khác

Nhu cầu về nền kinh tế, sự phát triển của khoa học - kỹ thuật, hiệu lực cơ chế quản lý Nhà nước, về phong tục tập quán, v.v... Những nhân tố này có thể ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực mang tính khách quan tới đến chất lượng dịch vụ của khách sạn.

1.8.2. Nhân tố bên trong khách sạn

1.8.2.1. Cơ sở vật chất

Cơ sở vật chất là một trong những yếu tố quan trọng nhất trong việc phân chia các thứ hạng khác nhau trong khách sạn. Cơ sở vật chất tiện nghi, hiện đại, sang trọng sẽ tạo cho khách hàng cảm thấy mình được tôn trọng ngược lại với trang thiết bị cũ kỹ, kém chất lượng thì không thể nào nâng cao được chất lượng dịch vụ. Trang thiết bị tốt không chỉ mang lại chất lượng dịch vụ tốt mà còn tăng tính cạnh tranh của khách sạn trên thị trường. Các trang thiết bị tốt phải đảm bảo tính an toàn khi sử dụng, bền, hình thức đẹp và phù hợp với từng loại và hạng khách sạn.

Chính vì vậy mỗi khách sạn muốn nâng cao được chất lượng dịch vụ lưu trú nói chung và chất lượng phục vụ khách hàng nói riêng thì cần phải có sự đầu tư thích đáng và hợp lý đối với cơ sở vật chất, trang thiết bị kỹ thuật và các loại hình dịch vụ sao cho đồng bộ và tiện nghi... Bên cạnh đó các khách sạn cũng phải đầu tư thêm các loại hình dịch vụ nhất là các loại hình dịch vụ bổ sung sao cho đáp ứng được tốt nhất nhu cầu của khách hàng. Ngày nay khách hàng có nhu cầu rất đa dạng không chỉ những nhu cầu cơ bản mà khách sạn phải đáp ứng mà khách sạn cần phải có những dịch vụ bổ sung đi kèm. Chính những dịch vụ bổ sung sẽ thu hút được khách hơn và đem lại doanh thu lớn cho khách sạn.

1.8.2.2. Nhân viên phục vụ

Nhân viên phục vụ là người tiếp xúc trực tiếp với khách hàng, cho nên họ có vai trò tác động rất lớn đến chất lượng dịch vụ khách sạn. Ngoài ra nhân viên phục vụ còn là một trong những thước đo để phân hạng khách sạn. Nó đóng vai trò quyết định về chất lượng dịch vụ lưu trú và hiệu quả kinh doanh của khách sạn. Chất lượng được nâng lên hay giảm đi là do hình ảnh của người nhân viên ảnh hưởng đến khách hàng trên nhiều khía cạnh.

Thứ nhất, họ là người đại diện cho khách sạn trong quá trình thực hiện dịch vụ đối với khách hàng.

Thứ hai, nhân viên cũng có ảnh hưởng lớn tới chất lượng dịch vụ. Đặc điểm đó bao gồm: Hình thức, khả năng thực hiện công việc, hành vi. Chính những yếu tố này sẽ tạo ra ấn tượng ban đầu của khách hàng đối với khách sạn. Qua đó khách hàng sẽ nhớ mãi và đó là yếu tố giữ chân khách hàng lâu dài. Những cảm nhận ban đầu sẽ tác động đến cảm nhận của khách hàng khi tiêu dùng dịch vụ và ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ, vì chất lượng dịch vụ được quyết định bởi mức độ thỏa mãn khách hàng.

Thứ ba, tiêu chuẩn để khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ khách sạn có tốt hay không chính là nhân viên phục vụ. Mặt khác, nhân viên phục vụ là yếu tố chính của cách thức trao dịch vụ.

1.8.2.3. Quy trình phục vụ

Chính là cách thức làm việc giúp khách hàng tiêu dùng dịch vụ. Người nhân viên phục vụ buổi khi gặp khách phải luôn tươi cười, nhã nhặn, lịch sự với khách ngay cả khi họ bực tức. Đây là một việc rất khó đối với nhân viên nếu như họ không muốn làm khách mất lòng. Giữa nhân viên phải có sự phối hợp hài hòa với nhau. Phải có sự thống nhất trong quy trình thực hiện công việc. Do đó khách sạn phải đề ra những quy định chung để đảm bảo tính thống nhất, không làm ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ.

Tiểu kết chương 1

Chương 1 của luận văn đã trình bày một cách có hệ thống cơ sở lý luận về nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn như:

- Trình bày khái quát một số khái niệm về khách sạn, chất lượng dịch vụ, nâng cao chất lượng dịch vụ; đặc điểm về sản phẩm, dịch vụ, chất lượng dịch vụ.
- Đưa ra nội dung về nâng cao chất lượng dịch vụ, xây dựng các tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ trong khách sạn, trình bày các hoạt động nâng cao chất lượng dịch vụ.

Từ các nội dung trên cũng là những kiến thức, cơ sở để người viết áp dụng vào thực tế, để nghiên cứu, tìm hiểu về chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vượng. Từ đó đưa ra được những đánh giá về thực trạng và đề xuất các giải pháp đối với công tác quản trị nhân lực khách sạn sẽ được đề cập tới trong chương 2 và chương 3 của luận văn.

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI KHÁCH SẠN ĐỨC VƯỢNG

2.1. Giới thiệu khách sạn Đức Vượng

2.1.1. Giới thiệu chung

- Tên khách sạn: Khách sạn Đức Vượng
- Địa chỉ: 195 – 197 Bùi Viện, Phạm Ngũ Lão, Quận 1
- Website: <http://www.ducvuonghotel.com/>
- Email: ducvuonghotel@gmail.com
- Hotline: 0944.795.511

Khách sạn Đức Vượng bắt đầu bước vào hoạt động từ ngày 10/10/2006 với 20 phòng và đến 2008 khách sạn đức vượng hoạt động tối đa công suất phòng với số lượng là 52 phòng.

Khách sạn Đức Vượng được thành lập năm 2006 với quy mô 20 phòng khách sạn. Năm 2008, nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách lưu trú, cũng như góp phần phát triển ngành du lịch tại thành phố Hồ Chí Minh, khách sạn mở rộng quy mô và tăng số lượng phòng lên 52 phòng. Khách sạn Đức Vượng thuộc sở hữu của một doanh nghiệp tư nhân, chủ của khách sạn là ông Lê Đức Vượng. Không dừng lại ở việc mở rộng quy mô phòng, khách sạn còn nâng cấp các trang thiết bị, tiện nghi hiện đại để góp phần tạo nên sự hài lòng cho khách lưu trú. Với những đóng góp và sự phấn đấu không ngừng đó, tháng 4 năm 2016 khách sạn Đức Vượng chính thức đạt chuẩn 2 sao.

Khách sạn Đức Vượng tọa lạc tại vị trí đắc địa trên “Khu Phố Tây” đường Bùi Viện. Nơi đây là một trong những con đường sầm uất nhất Sài Gòn, ngay trung tâm thành phố, khoảng cách đến những địa điểm du lịch rất gần như Chợ Bến Thành, Trung Tâm Thương Mại Takashimaya, Bitexco – tòa tháp cao thứ hai ở thành phố Hồ Chí Minh cùng với đó là các địa điểm tham quan nổi tiếng như Nhà Thờ Đức Bà, Buru Điện Thành Phố, Dinh Độc Lập. Bên cạnh đó, quãng đường từ khách sạn đến sân bay chỉ mất 20 phút. Chính vì thế khách sạn đức vượng luôn thu hút các du khách đến thành phố, đặc biệt là khách quốc tế.

❖ Logo và slogan: We Are Family



Logo của khách sạn gồm 2 biểu tượng là chú voi và cây cổ thụ. Hình ảnh chú voi thay mặt cho khách sạn thể hiện sự thân thiện, thông minh và đầy bản lĩnh. Bên cạnh đó, theo dân gian chú voi mang đến sự may mắn, tài lộc cho doanh nghiệp. Hình ảnh cây cổ thụ, điều này tượng trưng cho những kinh nghiệm, đóng góp của tập thể nhân viên tích lũy xuyên suốt thời gian qua cũng như thể hiện sự trưởng thành của doanh nghiệp qua từng ngày.

Phương châm của khách sạn là: "Chúng ta là một gia đình". Sứ mệnh của khách sạn Đức Vượng là không bao giờ ngừng cố gắng để trở thành một trong những khách sạn tốt nhất tại thành phố Hồ Chí Minh. Với gần 20 năm hoạt động trong lĩnh vực này, cùng với những kinh nghiệm thực tế, đội ngũ nhân viên của khách sạn luôn đặt sự hài lòng của khách hàng lên cao nhất, với mong muốn “Khách sạn Đức Vượng là ngôi nhà tốt nhất khi xa nhà. Hãy ở lại với Đức Vượng và bạn sẽ cảm thấy giống như một gia đình!”

2.1.2. Cơ sở vật chất

Khách sạn đức vượng bao gồm 1 tầng hầm, 8 tầng với 52 phòng ngủ cao cấp, 1 nhà hàng và 1 quán rooftop bar. Tất cả được đầu tư và xây dựng theo tiêu chuẩn 3 sao của cơ quan chuyên môn về du lịch.

Bảng 1. Bảng giá phòng khách sạn Đức Vượng

Loại phòng	Diện tích	Giá (USD)			
		1 người	2 người	3 người	Giường phụ
Standard	16 m ²	38	40		
Superior	19 – 21 m ²	50	52	59	
Deluxe	28 m ²	63	65	73	10
DV Wooden	21 m ²	58	60		
VIP	40 m ²	98	100	110	10

Nguồn: Bộ phận Sale & Marketing khách sạn Đức Vượng

Loại phòng Standard: có 16 phòng

- Có 1 giường đôi (1m6 x 2m)
- Hướng phòng: không có cửa sổ
- Không hút thuốc

Loại phòng Superior: có 15 phòng

- Có 1 giường đôi (1m6 x 1m8) và 1 giường đơn
- Hướng phòng: thành phố

Loại phòng Deluxe: có 13 phòng

- Có 1 giường đôi (1m6 x 1m8) và 1 giường đơn

Loại phòng DV Wooden: có 4 phòng

- Có 1 giường đôi (1m6 x 1m8), phòng được trang bị hầu hết các đồ nội thất bằng gỗ tạo cảm giác ấm áp và gần gũi cho căn phòng, phòng được trang bị một cái ghế dài giúp khách tạm thư giãn sau một hành trình mệt mỏi.

Loại phòng VIP: có 3 phòng

Phòng thứ nhất tại tầng 1 của khách sạn: có 1 giường đôi (1m6 x 1m8) và 1 giường đơn, phòng được trang bị bộ bàn ghế phòng khách, ấm, tách trà, kệ trang trí...thích hợp cho một gia đình nhỏ 3 người.

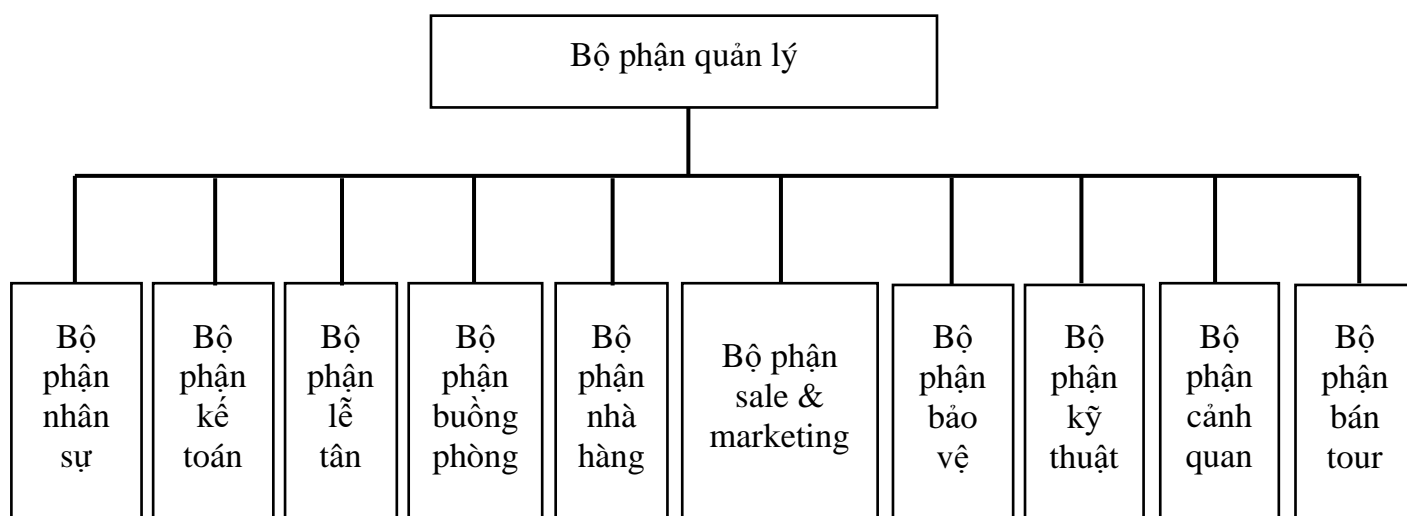
Phòng thứ 2 tại tầng 6 của khách sạn: với 3 giường đơn khá thuận tiện cho một nhóm bạn thân thích ở cùng phòng với nhau. Phòng được trang bị ti vi 62 inch và có cửa sổ hướng ra đường phố rất thoáng mát và đẹp.

Phòng thứ 3 tại tầng 7 của khách sạn: có 1 giường đôi (1m6 x 1m8) và 1 giường đơn, nội thất hầu hết được làm từ gỗ tạo sự sang trọng cho căn phòng, thích hợp với du lịch gia đình, người thân.

Hầu hết tất cả các phòng đều được trang bị các trang thiết bị, tiện nghi hiện đại như: máy lạnh, két sắt, TV LCD/plasma, truyền hình cáp, internet miễn phí, minibar, điện thoại trong phòng/ toilet, bình đun siêu tốc, máy sấy, dép đi trong nhà, đèn ngủ, tranh ảnh trang trí, bàn ghế, ly tách, bàn trang điểm, tủ quần áo, móc áo, bồn tắm đứng/nằm, vòi sen, buffet sáng miễn phí tại nhà hàng, nước suối miễn phí, trà, cà phê, bắp rang,...

Ngoài ra khách sạn còn cung cấp dịch vụ đưa đón sân bay, dịch vụ đặt tour du lịch, thuê xe máy, xe ô tô du lịch, dịch vụ giặt là/giặt khô, truy cập internet, sử dụng máy tính tại sảnh khách sạn, khách sạn còn có Rooftop bar trên tầng 9 của khách sạn có hướng nhìn ra Bitexco rất đẹp và lung linh vào buổi tối, Rooftop bar mở cửa từ 8 giờ sáng đến tận 1 giờ đêm. Bên cạnh đó, khách sạn còn có nhà hàng Terrace Garden với thực đơn rất đa dạng, đem đến cho thực khách nhiều sự lựa chọn phong phú. Khách cũng có thể gọi món lên phòng khách sạn và dịch vụ này được phục vụ 24/24.

2.1.3. Cơ cấu tổ chức



Sơ đồ 2. Sơ đồ tổ chức khách sạn

Bộ phận quản lý: là người lãnh đạo trực tiếp các hoạt động trong khách sạn một cách có hiệu quả, chất lượng đảm bảo cho khách sạn đi lên và phát triển. Là người chỉ đạo các bộ phận trong bộ máy tổ chức quản lý, là người điều hành cao nhất.

Bộ phận nhân sự: Chịu trách nhiệm xây dựng kế hoạch tuyển dụng và đào tạo nhân viên, thực hiện các hợp đồng lao động, các chính sách lương thưởng và chính sách bảo hiểm cho nhân viên.

Bộ phận kế toán: Có trách nhiệm giúp cho quản lý hoạch toán kinh doanh, quản lý các nguồn chi tiêu của các dịch vụ, đề xuất các chi phí cần thiết, tính lương cho nhân viên, báo cáo tài chính, doanh thu, thuế theo đúng quy định của nhà nước.

Bộ phận lễ tân: nhận đăng ký đặt phòng, nhận phòng, hủy phòng cho khách, làm khai báo tạm trú cho khách theo quy định của pháp luật. Kết hợp với các bộ phận khác để kịp thời cung cấp các dịch vụ cho khách khi khách có yêu cầu.

Bộ phận kinh doanh: xây dựng chiến lược quảng cáo, xây dựng hình ảnh trang web của khách sạn, chịu trách nhiệm nghiên cứu thị trường, điều chỉnh giá cả và liên hệ với các đối tác cũng như khách hàng trực tiếp để tiếp thị sản phẩm. Chịu trách nhiệm chăm sóc khách hàng và đưa ra các chương trình ưu đãi dành cho khách.

Bộ phận bán tour: Chịu trách nhiệm liên hệ các đại lý lữ hành, thiết kế, tư vấn các tour du lịch cho khách khi có yêu cầu, hỗ trợ khách trong suốt quá trình khách tham gia tour. Giải quyết những thắc mắc và tạo điều kiện thuận lợi để khách có thể đi tham quan. Bộ phận này cũng chịu trách nhiệm cho khách thuê xe máy, xe ô tô du lịch.

Bộ phận nhà hàng: Cung cấp bữa ăn sáng tự chọn cho khách, đồng thời phục vụ thức ăn gọi món cho khách khi có yêu cầu. Ngoài ra, bộ phận nhà hàng còn có quầy

bar ở tầng cao nhất của khách sạn, là nơi thoáng mát, thư giãn để khách tận hưởng thức ăn đồ uống và ngắm cảnh thành phố từ trên cao.

Bộ phận buồng Quản lý tài sản trang thiết bị vật tư trong buồng ngủ của khách, Đảm bảo vệ sinh phòng ngủ và buồng ngủ vào hoạt động đón khách nhanh nhất. Trong báo cho bộ phận lễ tân để đưa vào hoạt động kinh doanh.

Bộ phận bảo vệ: Bảo vệ an ninh và an toàn tài sản của khách trong phạm vi khách sạn và đồng thời giám sát nhân viên và khách khi ra vào khách sạn. Tiếp nhận và hỗ trợ hành lý của khách cùng với nhân viên hành lý.

Bộ phận kỹ thuật: Có trách nhiệm kiểm tra và theo dõi định kì các trang thiết bị trong phòng, hệ thống điện, nước và các thiết bị trong khách sạn. Có kế hoạch sửa chữa và thay thế các vật dụng, thiết bị khi cần thiết. Hỗ trợ cùng với buồng phòng để đảm bảo phòng luôn sẵn sàng phục vụ khách.

Bộ phận cảnh quan: chịu trách nhiệm chăm sóc cây cảnh, các bình hoa trong khách sạn, đảm bảo chúng luôn xanh tươi để tạo cho khách một cảm giác gần gũi với thiên nhiên và một không gian dễ chịu.

2.1.4. Môi trường kinh doanh của khách sạn Đức Vương

Theo báo cáo thị trường bất động sản TP.HCM 6 tháng đầu năm 2023 do Savills Việt Nam thực hiện, ghi nhận tại TP.HCM đang có 15.662 phòng khách sạn từ 110 dự án, tăng 1% theo quý và 3% theo năm, sau khi khách sạn Mai House Saigon (180 phòng) được cấp chứng nhận năm sao. Trong số 404 phòng tạm thời đóng cửa từ sau đại dịch đến nay, 45% số phòng đang được cải tạo và 55% nguồn cung còn lại chưa có thông tin về ngày mở cửa trở lại.

Theo Sở Du lịch TP.HCM, chỉ tính riêng trong tháng 6/2023, lượng khách quốc tế đến TP.HCM đã đạt gần 250.000 lượt, tăng 15,4% so với cùng kỳ 2022, dù đây không phải là mùa cao điểm. Khách quốc tế đến TP.HCM chủ yếu là Hàn Quốc, Ấn Độ, các nước ASEAN, Mỹ, Úc...

Tính chung 6 tháng đầu năm, đã có hơn 1,9 triệu lượt du khách quốc tế đến TP.HCM, tăng 306% so với cùng kỳ năm 2022, nhưng chỉ mới đạt 38,8% so với kế hoạch. Trong khi đó, năm 2023, TP.HCM đặt mục tiêu đón 5 triệu lượt khách quốc tế, hơn 35 triệu lượt khách nội địa, tổng doanh thu khoảng 160.000 tỷ đồng.

Từ đó, chúng ta thấy khách sạn Đức Vương chỉ chiếm 1 trong số rất nhiều các khách sạn lớn nhỏ tại Hồ Chí Minh. Số phòng lưu trú tại đây là 52 phòng tương đương chứa được khoảng 150-200 khách mỗi năm. Trung bình 1 năm khách sạn Đức Vương thu về khoảng 15 - 25 tỉ. Đối với một khách sạn 3 sao tại thành phố Hồ Chí Minh thì đây là một con số khá ổn, thu được lợi nhuận cao so với mặt bằng chung. Ngoài ra cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn được trang bị rất đầy đủ, hiện đại, tiện nghi. Đội ngũ nhân viên được đào tạo bài bản, kỹ năng nghiệp vụ luôn được củng cố và nâng cao qua

các khóa học đào tạo mỗi năm. Chính bởi vậy nên tạo ra một môi trường kinh doanh lành mạnh, công bằng. Mỗi nhân viên tại khách sạn đều được hưởng đầy đủ các chế độ đãi ngộ tốt kèm theo môi trường đồng nghiệp hòa đồng, thân thiện, tích cực, có tinh thần đội nhóm luôn luôn sẵn sàng hỗ trợ, giúp đỡ lẫn nhau trong công việc. Bên cạnh đó, cấp trên tâm lý, luôn sẵn sàng lắng nghe ý kiến từ nhân sự để cùng đưa khách sạn phát triển, ngày một đi lên hơn nữa để cạnh tranh với các khách sạn ở Sài Gòn nói riêng và nền thị trường khách sạn nói chung.

2.1.5. Tình hình hoạt động kinh doanh khách sạn Đức Vượng

Bảng 2. Kết quả kinh doanh của khách sạn Đức Vượng từ năm 2020 – 2022

Chỉ tiêu	Năm 2020	Năm 2021	Năm 2022
Tổng doanh thu	45.12	60.32	74.36
Tổng chi phí	27.69	41.74	52.13
Lợi nhuận	17.43	18.58	23.03

(Nguồn: Phòng kế toán khách sạn Đức Vượng)

Từ số liệu ở bảng trên ta thấy doanh thu cũng như lợi nhuận của khách sạn tăng dần qua các năm. Điều đó chứng tỏ sự quản lý hiệu quả của Ban lãnh đạo khách sạn cùng với sự nỗ lực của toàn thể nhân viên khách sạn. Nếu như năm 2020 tổng doanh thu đạt được 45.12 tỷ đồng thì đến năm 2021 tổng doanh thu đã lên đến con số 60.32 tỷ đồng, về số tuyệt đối tăng 15.2 tỷ đồng. Và đến năm 2022 tổng doanh thu đạt được 74.36 tỷ đồng đã tăng 14.04 tỷ đồng so với năm 2021.

Tương tự như doanh thu, lợi nhuận của khách sạn cũng tăng cụ thể như sau: Năm 2020 lợi nhuận chỉ đạt được 17.43 tỷ đồng nhưng đến năm 2021 lợi nhuận đã tăng lên 18.58 tỷ đồng với mức tăng là 1.15 tỷ đồng so với năm 2020. Năm 2022 lợi nhuận đạt được 23.03 tỷ đồng đã tăng 4.45 tỷ đồng so với năm 2021. Do tình hình kinh tế khó khăn nên qua các năm từ 2020 đến 2022 doanh thu thì tăng không đáng kể mà chi phí lại tăng rất cao. Cụ thể như sau, năm 2020 chi phí là 27.69 tỷ đồng. Năm 2021 chi phí là 41.74 tỷ đồng đã tăng 14.05 tỷ đồng. Năm 2022 chi phí là 52.13 tỷ đồng tăng hơn so với năm 2021 là 10.39 tỷ đồng. Từ đây ta thấy doanh thu qua các năm tuy tăng nhưng chậm, mặc khác chi phí lại tăng rất nhanh. Vì vậy muốn nâng cao thu nhập thì khách sạn phải nâng cao chất lượng thu hút khách đặc biệt là việc lưu trú và ăn uống. Hạn chế chi phí và nâng giá bán phòng.

2.1.6. Quy trình phục vụ tại khách sạn Đức Vượng

2.1.6.1. Quy trình phục vụ của bộ phận lễ tân

a. Trước khi khách đến khách sạn

– Khách lựa chọn khách sạn: nhân viên lễ tân giới thiệu các dịch vụ của khách sạn phục vụ khách. Việc khách quyết định tiêu dùng dịch vụ của khách sạn phục thuộc vào nhiều yếu tố như:

- + Ấn tượng tốt đẹp từ lần nghi trước
- + Thông tin quảng cáo của khách sạn
- + Lời khuyên của bạn bè người thân
- + Tên tuổi và uy tín của khách sạn
- + Vị trí, chất lượng và giá cả dịch của khách sạn

Và một yếu tố quan trọng nữa là thái độ năng lực làm việc và sự hiểu biết của nhân viên lễ tân. Vì thế đòi hỏi nhân viên lễ tân phải có thái độ nhiệt tình với công việc, có năng lực làm việc và có hiểu biết.

– Khách đặt buồng; nhân viên lễ tân làm thủ tục đặt buồng cho khách khi làm thủ tục đặt buồng yêu cầu nhân viên lễ tân phải có khả năng đáp ứng nhanh và chính xác yêu cầu buồng của khách. Vì vậy nhân viên lễ tân phải nắm vững tình trạng buồng, đặc biệt giá cả từng loại buồng

Khi đặt buồng được chấp nhận, nhân viên lễ tân phải lập phiếu cho khách. Các dữ liệu được thu thập trong suốt quá trình đặt buồng sẽ giúp cho việc chuẩn bị trước hồ sơ đăng ký khách, xếp buồng và xác định giá buồng...

b. Khi khách đến khách sạn

– Khách đến khách sạn làm thủ tục đăng ký khách sạn tiếp đón khách và làm thủ tục đăng ký khách sạn cho khách

– Đón tiếp khách yêu cầu phải tạo cho khách được ấn tượng tốt đẹp với khách sạn

– Khi khách đến sẽ hình thành mối quan hệ kinh doanh giữa khách và khách sạn thông qua bộ phận lễ tân. Thủ tục đăng ký khách sạn chính là sự chính thức hóa mối quan hệ này

– Đối với những khách đã đặt buồng thì nhân viên lễ tân lấy thông tin từ khi đặt buồng để chuẩn bị trước hồ sơ đăng ký và xếp buồng cho khách

– Công việc chuẩn bị trước hồ sơ đăng ký khách càng tốt thì hiệu quả và tốc độ của công việc đăng ký khách sạn càng cao

– Khi làm thủ tục đăng ký khách sạn xong phiếu đăng ký khách sạn sẽ được chuyển cho nhân viên thu ngân để chuẩn bị trước hồ sơ thanh toán cho khách

– Trong giai đoạn này nhân viên lễ tân bắt đầu theo dõi chi phí của khách

c. Khi khách lưu trú tại khách sạn

– Khách lưu trú tại khách sạn: nhân viên lễ tân trực tiếp hoặc phối hợp với bộ phận khác trong khách sạn phục vụ khách

Mục đích chính của giai đoạn này và tối đa hóa sự hài lòng của khách để khách tiêu dùng nhiều dịch vụ, để khách quay trở lại vào lần sau hoặc giới thiệu khách sạn với bạn bè người thân tạo ra nguồn khách trong tương lai cho khách sạn, giúp khách sạn tối đa hóa lợi nhuận

- Trong giai đoạn này nhân viên lễ tân còn phải tiếp nhận giải quyết các phàn nàn của khách

- Trong suốt thời gian lưu trú nhân viên lễ tân theo dõi cập nhật tổng hợp các chi phí của khách phục vụ cho việc thanh toán cho khách khi khách trả buồng rời khách sạn

d. Khi khách thanh toán trả buồng và rời khách sạn

- Khách thanh toán trả buồng và rời khách sạn: nhân viên lễ tân làm thủ tục cho khách và tiễn khách

- Công việc chủ yếu là thanh toán, chuyển hóa đơn cho khách, nhận lại chìa khóa. Muốn công việc thanh toán nhanh chóng nhân viên thu ngân phải cập nhật chính xác các chi phí giao dịch hàng ngày và chuẩn bị tốt hồ sơ thanh toán cho khách và để rút ngắn thời gian chờ đợi khách

- Tiễn khách tận tình chu đáo để khách cảm nhận được sự quan tâm của khách sạn đối với mình và khuyến khích khách quay trở lại khách sạn trong tương lai. Như vậy quy trình phục vụ du khách tại khách sạn Đức Vượng cũng đảm bảo theo tiêu chuẩn các khách sạn lớn trong nước

2.1.6.2. Quy trình phục vụ buồng

a. Quy trình làm buồng trống sạch

Tại khách sạn Đức Vượng, quy trình làm buồng trống sạch được giao cho giám sát đảm nhiệm, nhân viên buồng không thực hiện phần quy trình này.

Bước 1: Vào buồng: kiểm tra tình trạng buồng trên sơ đồ phòng mà lễ tân đã giao vào đầu ca, tiến hành vào buồng nếu là phòng trống sạch.

Bước 2: Kiểm tra các thiết bị điện: Máy lạnh, ti vi, minibar, két sắt. Các loại đèn trong phòng: đèn trần, đèn ngủ, đèn bàn trang điểm, đèn trang trí.

Bước 3: Lau bụi các bề mặt và đồ nội thất.

Bước 4: Kiểm tra vật dụng bổ sung trong phòng khách và buồng tắm.

Bước 5: Lau rửa sàn buồng tắm

Bước 6: Cập nhật tình trạng phòng đến bộ phận lễ tân thông qua bộ đàm

b. Quy trình làm buồng khi khách đang lưu trú

Sau khi nhận sơ đồ phòng từ lễ tân, giám sát bộ phận buồng sẽ phân phòng cho nhân viên, số lượng phòng khách đang lưu trú, phòng khách đã trả và sẽ trả, được ghi chú vào sổ nhật ký làm phòng. Nhân viên buồng dựa theo tình trạng phòng được ghi trong sổ nhật ký để tiến hành làm phòng theo thứ tự ưu tiên (phòng khách trả, phòng có khách yêu cầu làm phòng, phòng được nhận thông báo khách nhận phòng sớm, phòng VIP, phòng có khách nhưng không có yêu cầu làm phòng).

Bước 1: Vào buồng

- Trường hợp có khách trong phòng:

Gõ cửa. Xưng danh “Good morning. Housekeeping”. Đợi khoảng 30 giây, nếu khách trả lời thì đợi khách mở cửa và hỏi khách có muốn làm phòng ngay không, nếu khách đồng ý, nhân viên buồng sẽ tiến hành các công việc tiếp theo.

Trường hợp khách không đồng ý làm phòng ngay, nhân viên buồng sẽ hỏi khách khoảng thời gian nào có thể quay trở lại để làm phòng cho khách.

Nếu khách không cần làm phòng, thì nhân viên buồng có thể bổ sung thêm khăn tắm, khăn mặt, nước suối miễn phí và giấy vệ sinh cho khách.

- Trường hợp khách ra ngoài:

Gõ cửa. Xưng danh “ Good morning. Housekeeping.” Lần thứ 1. Đợi 30 giây, gõ cửa xưng danh lần thứ 2, đợi 30 giây. Đưa thẻ từ vào mở cửa và tiếp tục các công việc tiếp theo.

Bước 2: Gom rác và đồ vải bẩn trong phòng khách ra khu vực được bố trí. Rác sẽ cho vào túi nilon đen, đồ vải bẩn được cho vào túi đồ vải được bố trí ở tủ làm phòng của mỗi tầng.

Bước 3: Trải ga giường.

Theo qui định của khách sạn: 2 ngày sẽ thay ga cho khách một lần, nếu trường hợp khách muốn thay ga mỗi ngày có thể đặt lên giường tờ giấy yêu cầu thay ga mà khách sạn đã chuẩn bị sẵn cho khách.

Đối với trường hợp nhân viên buồng thấy ga và mền đã bị bẩn thì có thể thực hiện thay ga cho khách ngay.

Bước 4: Bổ sung đồ cung cấp cho khách : trà, cà phê, bắp rang, nước suối đóng chai.

Bước 5: Vệ sinh buồng tắm

Thu gom rác và thay túi rác cho khách.

Vệ sinh toilet, lau khô sàn.

Lấy khăn tắm, khăn mặt, khăn chân sạch bổ sung vào buồng tắm, xếp và đặt lên kệ. Bổ sung đồ cung cấp cho khách trong phòng tắm.

Bước 6 : Kiểm tra tổng thể các thiết bị điện trong phòng và ghi vào sổ nhật kí làm phòng.

*** Lưu ý :

- Không kiểm tra đồ thất lạc của khách, không kiểm tra két sắt, các học tủ.
- Không di dời bất kì đồ đạc nào của khách

c. Quy trình làm buồng khách trả

Bước 1: Vào buồng

Mở cửa sổ để không khí bên ngoài luồng vào, giúp phòng thông thoáng.

Tắt các thiết bị điện không cần thiết, tuyệt đối không bật máy lạnh, ti vi trong quá trình làm việc

Kiểm tra đồ thất lạc, nếu có cho vào túi đựng rác và ghi lại số phòng, sau đó giao lại cho giám sát vào cuối ca.

Bước 2: Thu gom đồ vải bẩn và rác ra khu vực được bố trí ở tủ làm phòng.

Bước 3: Lấy hàng vải và các vật dụng bổ sung.

Lấy đúng, đủ số lượng đồ vải cần dùng phù hợp với từng loại giường. Bổ sung các đồ dùng cho khách: trong toilet (xà bông tắm, gội, bàn chải, kem đánh răng, lược, tăm bông, chup tóc, nước rửa tay, giấy vệ sinh), trong phòng khách (nước suối đóng chai, trà, cà phê, bắp rang)

Bước 4: Trải giường:

Kiểm tra nệm và tấm bảo vệ.

Trải ga dưới, bo góc trên đầu giường. Trải ga trên, trải tấm nệm, bo góc phía dưới chân giường.

Lồng vỏ gối sạch vào. Đặt gối lên đầu giường. Đặt gối trang trí.

Đặt tấm trang trí phía dưới chân giường.

Xếp thiên nga/ voi/vịt bầu trang trí trên giường.

Bước 5: Vệ sinh đồ gỗ và nội thất trong phòng

Dùng khăn khô lau tất cả các bề mặt đồ nội thất trong phòng: bàn, ghế, tủ, giường, dùng nước xịt kính và miếng lau kính lau các gương tủ và bàn trang điểm.

Bước 6: Vệ sinh bồn tắm

– Vệ sinh bồn rửa mặt: dùng Cif để đánh bóng các vật dụng bằng inox, dùng vim chế trực tiếp lên bồn, sau đó dùng khăn thấm chất tẩy rửa lên khắp bồn và cọ cho thật sạch, sau đó xả nước và lau khô bồn bên trong và bên ngoài.

– Vệ sinh bồn tắm đứng/ nằm:

Bồn tắm đứng: dùng xà bông khách sử dụng còn chưa hết, cho xà bông vào khăn ướt và cọ lên mặt kính, dùng vòi nước xịt nước lên kính và lau khô lại toàn bộ.

Bồn tắm nằm: sử dụng Vim chế trực tiếp lên xung quanh bồn với lượng vừa phải, dùng khăn thấm chất tẩy rửa ra xung quanh, xịt nước và lau khô lại bồn tắm, đặc biệt chú ý phần lỗ xả, lấy hết tóc và bụi bẩn.

– Vệ sinh bồn cầu:

Xả nước và chế Vim trực tiếp xung quanh vành bồn cầu, đợi trong 1 phút rồi dùng cây chà bồn cầu cọ rửa thật sạch, xả nước và lau khô lại, sau đó chế nước xanh diệt khuẩn vào bồn cầu.

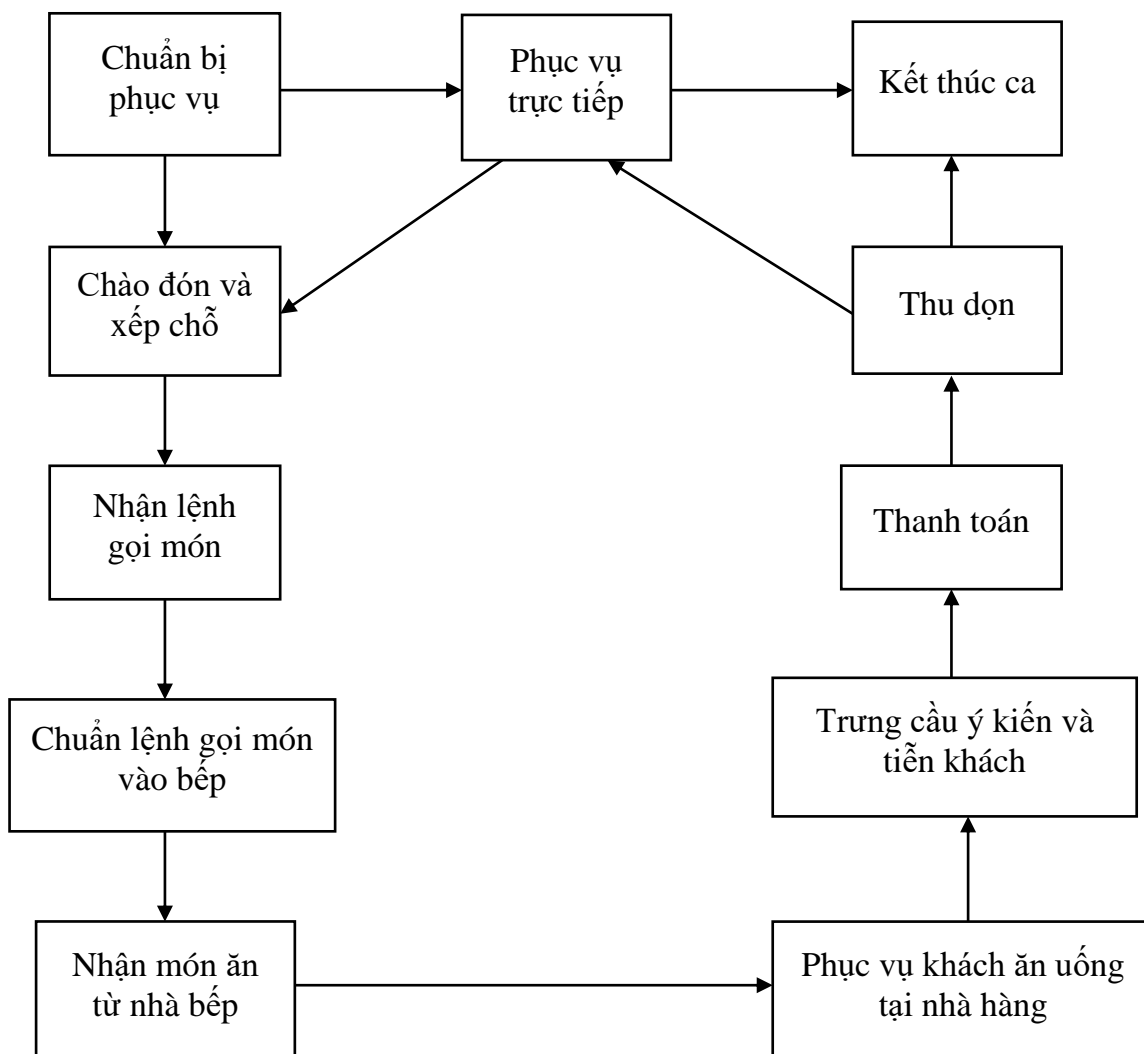
– Vệ sinh sàn nhà tắm:

Dùng Vim chế lên nền nếu nền bị vàng ố, sau đó dùng cây chà sàn, chà thật sạch các đường ron, tiếp tục xả nước và dùng khăn lau khô sàn.

Bước 7: Vệ sinh sàn nhà: Dùng chổi nhỏ quét sàn, tất cả các góc ngách và dùng khăn ướt lau sạch sàn.

Bước 8: Kiểm tra tổng thể phòng, mở hết các thiết bị điện, trừ ti vi và máy lạnh. Ghi vào sổ nhật kí làm phòng, báo bộ đàm cho giám sát về tình trạng phòng và các hư hỏng nếu có.

2.1.6.3. Quy trình phục vụ khách tại nhà hàng



Sơ đồ 3. Quy trình phục vụ khách tại nhà hàng

Khi khách đến nhà hàng khách có thể ăn ở bên ngoài cũng có thể ăn ngay tại nhà hàng. Nhà hàng có thể phục vụ khách đã được đặt trước hoặc phục vụ khách ngay khi khách yêu cầu.

Đối với khách đã đặt bàn trước nhà hàng nắm vững kế hoạch ăn của khách, thuận tiện cho việc phục vụ được chu đáo hơn chế biến món ăn theo vùng miền thập hỏ vị với khách. Trong việc phục vụ khách ăn nhân viên của nhà hàng cũng chủ động hơn vì đã có sự thống nhất giữa nhà hàng và khách.

Tuy nhiên việc đặt trước cũng xảy ra trường hợp khách hủy hợp đồng, như chúng ta đã biết ăn không phải là sản phẩm để được lâu chỉ lưu trữ được 24 giờ cho nên việc

hủy bỏ của khách cũng gây ra khó khăn cho nhà hàng đồng thời khách cũng bị mất chi phí đặt cọc trước.

Đối với khách không đặt ban trước thì nhà hàng sẽ bị động hơn trong việc phục vụ cũng như việc chuẩn bị. Tuy đã dự trữ nguyên vật liệu để chế biến món ăn nhưng khi khách yêu cầu món ăn thì phải chờ một thời gian. Việc phục vụ ăn uống trong nhà hàng đóng vai trò bổ sung hỗ trợ cho dịch vụ chính khi khách đến lưu trú tại khách sạn Đức Vượng.

2.1.7. Chính sách marketing của khách sạn Đức Vượng

2.1.7.1. Chính sách sản phẩm

- Sản phẩm phòng lưu trú

Có 5 loại 52 phòng với thiết kế vị trí, không gian khác nhau dành cho nhiều loại khách đa dạng. Số lượng sản phẩm phòng đa dạng với hiệu diện tích và vị trí, không gian bố trí và trang thiết bị khác nhau để phục vụ nhiều nhu cầu riêng của khách hàng. Loại phòng điều phù hợp phục vụ cho khách trong nước đến khách nước ngoài cần không gian yên tĩnh nghỉ ngơi. Đặc biệt khách sạn có phòng riêng cho các gia đình có cửa thông nhau với không gian rộng lớn thuận tiện cho việc chăm sóc trẻ em.

- Nhà hàng, quán bar

The View Rooftop bar nằm trên sân thượng của khách sạn ngay trung tâm phố đi bộ nên view nhìn rất đẹp, quán trang trí rất nhiều đèn lồng, sân vườn nhiều cây cảnh & thoáng mát. Thức ăn, uống rất vừa miệng, ngon... Nhân viên phục vụ vui vẻ. View đẹp, thoáng mát, nhạc mở vừa đủ nghe. Có chương trình happy hour giờ thấp điểm.

Không gian có hơi hướng Hội An và cầu tình yêu ở Đà Nẵng, nhân viên phục vụ nhanh và nước ngon.

- Các dịch vụ khác

Nhu cầu của khách hàng khi đến khách sạn không chỉ dừng lại ở lưu trú và ăn uống mà còn có nhiều nhu cầu đáp ứng khác như: đi lại, chuyển thư, thư giãn,... Nắm bắt được điều đó khách sạn đã ngày càng mở rộng gia tăng thêm các dịch vụ cung cấp cho khách ngay tại trong khách sạn.

- + Dịch vụ giặt ủi: phục vụ 24/24, giặt khô, ủi và giặt ủi nhanh. Chỉ phục vụ cho khách bên trong khách sạn nếu có nhu cầu.
- + Dịch vụ đưa đón tại sân bay: dành cho khách hàng không thông thạo đường sá hoặc khách hàng cần sử dụng gấp phương tiện để di chuyển.

2.1.7.2. Chính sách giá

Bên cạnh chất lượng dịch vụ thì giá cả cạnh tranh cũng là yếu tố khiến các nhà quản lý đầu đầu tính toán cho doanh nghiệp của mình. Với tình hình kinh doanh lưu trú như hiện nay, khi mà các khách sạn cao cấp cũng như các khách sạn quy mô vừa đang

ngày càng xuất hiện nhiều thì giá cả lại càng phải cạnh tranh hơn. Chính vì thế mà khách sạn Đức Vượng luôn đưa ra mức giá phù hợp kèm với các chương trình giảm giá khuyến mãi với từng thời điểm và từng đối tượng khách khác nhau.

Giá phòng thay đổi linh hoạt theo từng thời điểm và phụ thuộc vào các yếu tố khác nhau:

- Mức giá áp dụng cho các công ty lữ hành được áp dụng theo hợp đồng mà khách sạn ký kết với công ty, tùy vào số lượng khách và mức chiết khấu cao nhất là 30%.
- Mức giá áp dụng cho khách vắng lai thường cao hơn so với giá đặt phòng online tại các website liên kết với khách sạn, khách vắng lai thường áp dụng mức giá công bố mà không được giảm.
- Giá phòng cũng thay đổi theo mùa cao điểm và thấp điểm của khách du lịch.

2.1.7.3. Chính sách phân phối

Kênh phân phối trực tiếp: thông qua các công cụ như website, facebook, qua điện thoại, hoặc thông qua đội ngũ nhân viên bộ phận lễ tân của khách sạn... Thực tế thì kênh phân phối trực tiếp với các công cụ này không đem lại cho khách sạn nguồn khách cao nhất, hiệu quả chiếm khoảng 30%. Tuy nhiên với trình độ chuyên môn và ngoại ngữ cao, thái độ luôn thân thiện và nhiệt tình, nhân viên bộ phận lễ tân của khách sạn luôn đem đến sự hài lòng cho khách hàng trong việc giới thiệu và bán sản phẩm và rất hiếm khi xảy ra sai sót trong việc giải quyết vấn đề đặt phòng lưu trú cho khách.

Kênh phân phối gián tiếp: thông qua các kênh phân phối là các website tạo thuận lợi cho khách đặt phòng online dễ dàng và nhanh chóng như booking, agoda, traveloka,... Hầu như bất kỳ một website liên quan đến du lịch, khách sạn đều có sự hiện diện của khách sạn Đức Vượng. Khách sạn tận dụng triệt để sự tiện lợi của việc cập nhật thông tin nhanh chóng từ Internet để giới thiệu sản phẩm tới khách hàng của mình.

2.1.7.4. Chính sách xúc tiến

Trong cơ chế thị trường hiện nay, ngoài ba chiến lược nói trên thì chiến lược xúc tiến đóng một vai trò quan trọng, nó được thể hiện trong suốt quá trình tồn tại của khách sạn nhằm tạo cho khách hàng có thói quen luôn nhớ về sản phẩm dịch vụ của khách sạn.

– Marketing trực tiếp: khách sạn thường xuyên gửi thư qua e-mail cho khách hàng thân thiết và các đối tác khi có chương trình khuyến mãi mới tại khách sạn và cũng thường xuyên nhận được các e-mail phản hồi tích cực của khách hàng sau khi sử dụng dịch vụ tại khách sạn. Bên cạnh đó đội ngũ nhân viên lễ tân cũng hết sức được chú trọng để đem đến cho khách hàng sự hài lòng tuyệt đối. Ngoài ra, logo và tên khách sạn đều được in trên tất cả các sản phẩm dịch vụ được dùng trong khách sạn như dép đi trong

phòng, các loại khăn trong nhà vệ sinh, nhãn chai chứa sữa tắm, dầu gội, túi đựng đồ giặt ủi, bảng tên nhân viên, xe đưa đón khách của khách sạn...

– Về quảng cáo: Hình thức quảng cáo phổ biến nhất là qua các website. Khách sạn thường xuyên đặt link website, banner và phát các video clip giới thiệu tổng quan về khách sạn trên các website liên quan đến ngành du lịch nói chung và lưu trú nói riêng như tripadvisor, agoda, facebook,...

– Về hoạt động PR (quan hệ công chúng): với xã hội phát triển như hiện nay thì bất kỳ một doanh nghiệp nói chung hay khách sạn nói riêng nào cũng cần có các hoạt động này nhằm góp phần tạo ấn tượng tốt trong lòng công chúng về hình ảnh của khách sạn. Tuy khách sạn Đức Vượng đã có tổ chức đi thăm và giúp đỡ, tặng quà cho người già có hoàn cảnh neo đơn nhưng các hoạt động này chưa diễn ra thường xuyên... Vấn đề nóng đang được xã hội quan tâm hiện nay là vấn đề môi trường cũng được khách sạn thực hiện tương đối tốt như việc phân loại rác thải, đặc biệt là đặt những bảng khẩu hiệu bảo vệ môi trường trong phòng của khách để hạn chế việc thay drap trải giường như vậy sẽ hạn chế việc nguồn nước bẩn thải ra ngoài môi trường mỗi khi giặt, bên cạnh đó khách sạn Đức Vượng cũng đã hưởng ứng tốt “Giờ Trái Đất” vừa qua bằng cách tắt điện ở các tầng lầu không có khách lưu trú trong vòng một giờ.

2.2. Đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vượng

2.2.1. Chất lượng cơ sở vật chất kỹ thuật

Cơ sở vật chất của khách sạn bao gồm các quá trình phục vụ việc lưu trú và ăn uống của khách. Nó bao gồm các công trình bên trong bên ngoài của khách sạn, tòa nhà, các thiết bị tiện nghi, máy móc, các phương tiện vận chuyển, hệ thống cấp thoát nước, hệ thống bưu chính viễn thông, các vật dụng được sử dụng trong quá trình hoạt động kinh doanh của khách sạn.

Trong các phòng khách sạn lắp đặt giường ngủ có kích thước khác nhau để phù hợp với từng đối tượng khách hàng. Như giường đôi (1,6m x 2m) thích hợp cho một cặp vợ chồng với con nhỏ, giường nhỡ cho một cặp vợ chồng (1,4m x 2m) và giường đơn (1,2m x 2m) cho một người. Tất cả các phòng đều được thiết kế trang nhã ấm cúng với đầy đủ trang thiết bị tiện nghi hiện đại như tủ lạnh, điện thoại, điều hòa nhiệt độ, TV, truyền hình cáp, Wi-fi, bàn làm việc, bàn trang điểm,... Nhằm mang đến cho khách hàng sự tiện lợi và hài lòng nhất. Các phòng luôn luôn được nhân viên bộ phận buồng chăm chút cẩn thận, họ thường xuyên kiểm tra chất lượng của các trang thiết bị tiện nghi trong phòng. Khi phát hiện thiết bị nào hư hỏng thì sẽ báo lại cho nhân viên bộ phận kỹ thuật sửa chữa ngay để có thể phục vụ khách tốt hơn không đem đến bất cứ sự bất tiện nào cho khách.

Ngoài việc đem đến sự hài lòng cho khách trong vấn đề lưu trú cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn Đức Vượng còn phục vụ cho khách về vấn đề ẩm thực. Nhân viên bộ phận nhà hàng thường xuyên kiểm tra chất lượng cơ sở vật chất kỹ thuật như bàn ghế, các dụng cụ dùng cho việc phục vụ ăn uống nhằm đem đến cho khách sự hài lòng nhất. Các trang thiết bị trong nhà hàng, quán bar cũng được khách sạn chú trọng quan tâm rất nhiều, bởi vì doanh thu của bộ phận nhà hàng đem lại cho khách sạn cũng rất lớn.

Ở ngoài sảnh khách sạn cung cấp đầy đủ các thông tin cần thiết như vé máy bay, chương trình tour, dịch vụ gia hạn Visa, dịch vụ thu đổi ngoại tệ,... nhằm đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách hàng.

2.2.2. Chất lượng đội ngũ lao động

Bảng 3. Nguồn nhân lực của khách sạn Đức Vượng

Bộ phận	Số lượng	Độ tuổi trung bình	Nam		Nữ		Đại học		Sơ cấp và trung cấp	
			Số lượng	Tỉ lệ (%)	Số lượng	Tỉ lệ (%)	Số lượng	Tỉ lệ (%)	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Ban lãnh đạo	4	45	3	30	1	7,14	4	30,76	0	0
Lễ tân	3	27	0	0	3	21,43	1	7,7	2	18,18
Buồng	3	28	0	0	3	21,43	0	0	3	27,28
Bàn	4	30	3	30	1	7,14	3	23,07	1	9,09
Bếp	2	36	1	10	1	7,14	0	0	2	18,18
Bảo vệ	2	33	2	20	0	0	0	0	2	18,18
Kinh doanh	3	29,5	1	10	2	14,29	2	15,4	1	9,09
Hành chính kế toán	3	28,5	0	0	3	21,43	3	23,07	0	0
Tổng số	24		10	100	14	100	13	100	11	100

Qua bảng trên ta thấy chất lượng nguồn nhân lực của khách sạn Đức Vượng tương đối dồi dào, học vấn cao. Tỉ lệ trình độ đại học chiếm tỉ lệ khá cao là 13 nhân sự, còn lại là sơ cấp và trung cấp. với tỉ lệ này có thể thấy đội ngũ nhân sự khá dồi dào và chất lượng.

Đội ngũ lao động của khách sạn đức vượng gồm có đội ngũ nhân viên và quản lý. Khách sạn đức vượng có một đội ngũ nhân viên với tác phong chuyên nghiệp, thái độ niềm nở, lịch sự, điều đó thể hiện qua vẻ bề ngoài của nhân viên như trang phục gọn gàng, tác phong nhanh nhẹn, lời nói cử chỉ nhẹ nhàng, nhiệt tình với khách hàng,... Để

có thể đáp ứng mọi yêu cầu của khách, phục vụ họ tận tình chu đáo, toàn thể đội ngũ nhân viên khách sạn đều được đào tạo về nghiệp vụ, chuyên môn, trình độ như trình độ ngoại ngữ đem đến sự hài lòng cho khách hàng.

Đội ngũ nhân viên phục vụ là cầu nối giữa khách sạn và khách hàng. Thông qua họ sẽ giúp cho quản lý đưa ra được những quyết định chính xác trong quá trình đào tạo nhân viên để nâng cao chất lượng dịch vụ của khách sạn. Quản lý khách sạn Đức Vượng thường quan tâm đến đời sống của nhân viên, khi nhân viên gặp khó khăn thì tìm cách giúp đỡ để họ có thể an tâm tập trung vào công việc. Trong việc huấn luyện nghiệp vụ cho nhân viên thì quản lý khách sạn cũng rất nhiệt tình, thường xuyên đào tạo và kiểm tra chất lượng đào tạo.

Trong khách sạn, nhân viên luôn luôn tiếp xúc trực tiếp với khách nên chất lượng dịch vụ của khách sạn phụ thuộc rất lớn vào đội ngũ nhân viên. Cho dù khách sạn có cơ sở vật chất hoàn thiện đến mấy, cơ cấu dịch vụ phong phú và đa dạng đến đâu đi chăng nữa nhưng có một đội ngũ lao động yếu kém thì chất lượng dịch vụ cũng không được đảm bảo. Do đó chất lượng đội ngũ lao động trong khách sạn là một trong những chỉ tiêu quan trọng để đánh giá chất lượng dịch vụ của khách sạn.

2.2.3. Giá trị sản phẩm

Sản phẩm cốt lõi của khách sạn Đức Vượng là phòng ngủ có đủ các loại phòng từ bình thường cho đến sang trọng (Standard, Superior, Deluxe, DV Wooden, VIP). Các phòng ngủ có trang thiết bị hiện đại, đầy đủ và tiện nghi cùng với những dịch vụ hoàn hảo nhằm thỏa mãn các nhu cầu của khách du lịch. Thiết kế sang trọng nhưng vẫn tạo được cảm giác ấm cúng, quen thuộc, tạo được không gian riêng cho khách.

Không chỉ cung cấp cho khách dịch vụ lưu trú khách sạn Đức Vượng còn mang đến cho khách trải nghiệm không gian được ví như “Hội An thu nhỏ”. The view rooftop bar – một quán bar nằm tại tầng 9 của khách sạn Đức Vượng. Quán được thiết kế rất độc đáo, sự kết hợp hài hòa giữa bàn ghế gỗ và kính bằng thủy tinh, tạo cảm giác thích thú cho khách hàng. Menu đồ uống tại đây rất đa dạng, ngon miệng và được pha chế, trang trí rất đẹp mắt, có thể nhìn các Bartender pha chế rất cuốn hút. Nhân viên tại The View Rooftop Bar rất nhanh nhẹn và năng động, và vì khách hàng ở đây đa số là người nước ngoài nên nhân viên cũng rất thông thạo tiếng Anh. Đến với The View Rooftop Bar, du khách sẽ thoải mái ngắm nhìn toàn bộ khung cảnh Sài Gòn về đêm đẹp và lung linh đến nhường nào.

- Các dịch vụ và tiện nghi khác
 - + Dịch vụ giặt ủi
 - + Dịch vụ dọn phòng 2 lần một ngày

- + Xe đưa đón tại sân bay
- + Nhân viên quản lý trực 24/24
- + Nhân viên khách sạn sử dụng đa ngôn ngữ
- + Các thẻ thanh toán đều được chấp nhận
- + Internet miễn phí 24/24 cho khách

2.2.4. Vệ sinh

Vệ sinh là một công việc quan trọng luôn được các khách sạn quan tâm. Khách sạn Đức Vương luôn đảm bảo vệ sinh trong việc cung cấp dịch vụ cho khách hàng.

Nhân viên khách sạn Đức Vương thực hiện việc làm vệ sinh phòng cho khách như dọn dẹp phòng, căng lại giường cho khách. Khi khách lưu trú tại khách sạn nhân viên buồng bắt buộc phải thay mới, làm vệ sinh phòng tắm, lau chùi và dọn dẹp sau hai ngày khách ở. Hành lang, tiền sảnh, khu vực vệ sinh công cộng dành cho khách và nhân viên đều được thường xuyên dọn dẹp.

Mỗi nhân viên trong khách sạn đóng vai trò quan trọng trong việc thực thi những chuẩn mực vệ sinh. Họ có thể ngăn chặn sự lây nhiễm và phát triển của vi khuẩn bằng cách tiến hành công việc vệ sinh đúng cách. Việc tiến hành công việc vệ sinh cầu thả có thể dẫn đến ngộ độc thực phẩm, gây ra tử vong cho khách. Thúc đẩy công tác vệ sinh tốt vì lợi ích của mọi người.

Thực hiện tốt vệ sinh trong khách sạn sẽ tạo ra môi trường lao động tốt cho nhân viên, tạo ra môi trường kinh doanh tốt cho khách hàng. Điều này sẽ giúp khách sạn không bị mất khách, mất uy tín và thất thu do các vụ ngộ độc thực phẩm gây ra.

2.2.5. An ninh và an toàn

Nhiệm vụ của các nhân viên trong khách sạn là phải có trách nhiệm giữ an ninh an toàn cho khách và cho bản thân.

Nhân viên khách sạn có trách nhiệm bảo vệ an ninh trong khách sạn, như bảo vệ người và tài sản của khách và khách sạn, phòng chống kẻ xấu tấn công khách và nhân viên. Khách sạn Đức Vương có đội ngũ nhân viên bảo vệ lành nghề và đầy đủ chuyên môn, nghiệp vụ để giúp khách có thể tìm thấy lại đồ thất lạc của mình; các phòng của khách có kết sắt an toàn giúp khách giữ đồ khá an toàn. Đặc biệt, nhân viên khách sạn không tiết lộ thông tin về việc liên quan đến khách, kế hoạch kinh doanh của khách sạn. Nhân viên bảo vệ của khách sạn cảnh giác cao đối với những đối tượng không phải nhân viên của khách sạn có hiện tượng bất thường. Nhân viên lễ tân của khách sạn thường xuyên nhắc nhở khách không cho mượn chìa khóa phòng, chìa khóa phải được giữ cẩn thận khi mất phải báo ngay cho nhân viên. Nhân viên lễ tân còn nhắc nhở khách không

mang thức ăn đồ uống bên ngoài vào khách sạn, nhắc khách khi đi ra ngoài cẩn thận tư trang, giỏ sách,...

2.2.6. Đánh giá chất lượng dịch vụ trong thời gian vừa qua

Để đánh giá mức độ thỏa mãn của khách du lịch đối với các dịch vụ cho khách sạn cung cấp khách sạn điều tra để nghiên cứu mức độ thỏa mãn của khách hàng. Phương pháp này bao gồm các bước sau:

Bước 1: Xác định mẫu điều tra: bao gồm công việc xác định cấu trúc mẫu, quá trình lựa chọn mẫu, lựa chọn kích thước mẫu. Việc xác định mẫu điều tra phải được thực hiện sao cho chi phí nghiên cứu là thấp nhất, thời gian phải hợp lý nhưng kết quả thu được phải có độ tin cậy cần thiết và đáp ứng được mục đích nghiên cứu.

Bước 2: Thiết kế mẫu điều tra: được thiết kế mẫu điều tra khách hàng dựa trên cơ sở mục đích nghiên cứu, hệ thống dịch vụ mà khách sạn cung cấp.

Bước 3: Lập thang điểm: sau khi thiết kế câu hỏi thì phải lập thang điểm cho nó, ý nghĩa của việc lập thang điểm là đưa ra những đánh giá nào đó cho những câu trả lời của khách.

Bước 4: Phát phiếu điều tra: phiếu điều tra có thể phát trực tiếp hoặc gián tiếp, thông thường phiếu điều tra được phát trực tiếp cho khách khi trả phòng hay khi sử dụng dịch vụ.

Bước 5: Thu phiếu điều tra và cho điểm: cần phải thu lại phiếu điều tra từ khách hàng sau khi thu phiếu điều tra cần kiểm tra lại câu hỏi sao cho thống nhất và cho điểm.

Bước 6: Phân tích số liệu và xử lý: từ số liệu thu thập được ta có thể tính giá trị trung bình của các dịch vụ qua đó biết được cảm nhận của khách hàng.

Bước 7: Kết luận: từ kết quả phân tích được ta so sánh và đưa ra kết luận.

Đối với các khách sạn được đánh giá chất lượng thường được tiến hành vào các tiêu chí như đặt chỗ, nhận phòng, phục vụ phòng, điện thoại, giặt ủi, thể thao, cơ sở vật chất, ăn uống, massage, trả phòng và cảm nhận chung.

Cụ thể khách sạn đức vượng sử dụng phương pháp căn cứ vào sự thỏa mãn của khách hàng để đánh giá chất lượng dịch vụ. Mẫu phiếu điều tra được đưa ra với 12 chỉ tiêu theo tiến trình phục vụ cho khách bắt đầu từ dịch vụ đặt phòng, nhận phòng, phòng ở đến các dịch vụ bổ sung trong khách sạn như bar, điện thoại, giặt ủi, cơ sở vật chất, ăn uống rồi đến các tiêu chí chung của quá trình dịch vụ như sự giao tiếp, sự sạch sẽ, trả phòng cuối cùng là cảm giác chung của khách khi đến tiêu dùng các dịch vụ của khách sạn. Ngoài ra phiếu điều tra còn đưa ra câu hỏi "theo quý khách, khách sạn có cần cải thiện thêm điều gì nữa không?" nhằm mục đích hoàn thiện những đánh giá của khách

hàng về chất lượng dịch vụ và cũng thông qua ý kiến lại mở cho khách về việc cung cấp dịch vụ mà có thể giúp khách sạn cải thiện, nâng cao chất lượng sản phẩm cung cấp cho khách hàng. Khách hàng chỉ cần đánh dấu và ghi nhận xét của mình cho thanh bởi chất lượng gồm 6 bậc: 6 – rất tốt, 5 – tốt, 4 – khá, 3 – trung bình, 2 – kém, 1 – rất kém.

Dữ liệu khảo sát của luận văn được thu thập bằng cách khảo sát trực tiếp khách hàng từng sử dụng qua dịch vụ được cung cấp tại Khách sạn Đức Vượng bằng bảng câu hỏi và thu lại ngay sau khi trả lời. Số lượng tham gia khảo sát là 321 mẫu có 65 mẫu không đạt yêu cầu, số mẫu hợp lệ là 256 bao gồm 139 nữ và 117 nam, thuộc độ tuổi từ 18 trở lên, đều là khách tại khách sạn. Trong đó độ tuổi từ 26 đến 45 là nhiều nhất, vì phần lớn khách hàng ở độ tuổi này đã có công việc và một vị trí ổn định trong công việc.

Bảng 4. Thống kê giới tính của người tham gia khảo sát

Giới tính	Số lượng	Tỉ lệ (%)
Nam	117	45,7
Nữ	139	54,3
Tổng	256	100

(nguồn: kết quả từ phiếu khảo sát)

Trong 256 người tham khảo sát có 117 nam chiếm tỉ trọng 45,7%, nữ có 139 người chiếm tỉ trọng 54,3%. Qua kết quả điều tra cho thấy số lượng nam ít hơn số lượng nữ nhưng không có sự khác biệt về chất lượng dịch vụ khi họ đến sử dụng sản phẩm của khách sạn.

Bảng 5. Thống kê độ tuổi của người tham gia khảo sát

Độ tuổi	Số lượng	Tỉ lệ (%)
18 – 25 tuổi	58	22,65
26 – 35 tuổi	102	39,84
36 – 45 tuổi	56	21,88
>45 tuổi	40	15,63

(nguồn: kết quả từ phiếu khảo sát)

Trong 256 người tham gia khảo sát thì độ tuổi từ 18 – 25 tuổi có 58 người chiếm tỉ trọng 22,65%, độ tuổi từ 26 – 35 tuổi có 102 người chiếm tỉ trọng 39,84%, từ 36 – 45 tuổi có 56 người chiếm tỉ trọng 21,88% và trên 45 tuổi có 40 người chiếm 15,63%

Bảng 6. Thống kê thu nhập của người tham gia khảo sát

Thu nhập	Số lượng	Tỉ lệ (%)
< 10 triệu	85	33,2

Từ 10 – 20 triệu	111	43,36
>20 triệu	60	23,44

(nguồn: kết quả từ phiếu khảo sát)

Thu nhập của người tham gia khảo sát dưới 10 triệu có 85 người chiếm tỉ trọng 33,2%, thu nhập từ 10 – 20 triệu có 111 người chiếm 43,36% và trên 20 triệu có 60 người chiếm 23,44%

Sau khi xử lý và phân tích số liệu, kết quả thu được thông qua bảng sau:

Bảng 7. Kết quả điều tra chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vương

1	Đặt chỗ	4,4
2	Nhận phòng	4,2
3	Phòng ở	4,1
4	Dịch vụ phòng	3,98
5	Bar	4,2
6	Điện thoại	4,7
7	Giặt ủi	4,1
8	Cơ sở vật chất	4,0
9	Âm thực	4,1
10	Sự giao tiếp	4,4
11	Sự sạch sẽ	4,2
12	Trả phòng	4,1
13	Cảm nhận chung	4,32
Trung bình cộng		4,21

(Nguồn: Bộ phận Sale & Marketing của khách sạn Đức Vương)

Tất cả các tiêu chí trên phản ánh thực trạng chất lượng sản phẩm dịch vụ về lưu trú, ẩm thực, các dịch vụ bổ sung, thông qua đó, ta có thể nhận xét về chất lượng dịch vụ của khách sạn Đức Vương.

Kết quả điều tra cho thấy hầu hết các dịch vụ trong khách sạn được đánh giá là tốt, không có dịch vụ nào bị đánh giá là kém và rất kém. với điểm trung bình 4,21 cho thấy các dịch vụ trong khách sạn Đức Vương mới chỉ đáp ứng được sự mong đợi của khách hàng và chỉ đạt ở mức khá chứ chưa tạo được ấn tượng sâu sắc cho khách hàng.

Các chỉ tiêu về đặt chỗ nhận phòng, phòng ở, phục vụ phòng, trả phòng và các chỉ tiêu thuộc về dịch vụ lưu trú.

Chỉ tiêu đặt phòng được đánh giá cao nhất với số điểm 4,4 chứng tỏ hầu hết khách hàng hài lòng về dịch vụ đặt phòng của khách sạn.

Dịch vụ phòng gồm các công việc như quét dọn, thay ga giường, rèm cửa, đồ dùng cá nhân cho khách, dịch vụ báo thức cho khách, dịch vụ thêm khi khách có yêu cầu,... Được khách hàng đánh giá với số điểm 3,98 chỉ đạt ở mức trung bình chưa thật sự làm khách hài lòng.

Dịch vụ nhận và trả phòng được đánh giá với số điểm 4,2 và 4,1 hai dịch vụ này mang đến sự hài lòng cho khách, chứng tỏ nghiệp vụ đã diễn ra nhanh chóng và thuận tiện.

Dịch vụ ẩm thực trong khách sạn được đánh giá ở mức khá với số điểm 4,1. Còn dịch vụ bar là dịch vụ công cung cấp thức uống cho khách cũng được đánh giá ở mức khá với số điểm 4,2 cho thấy các loại thức uống phong phú, phù hợp với khách.

Bên cạnh các dịch vụ cơ bản các dịch vụ bổ sung cũng góp phần làm phong phú đa dạng các sản phẩm trong khách sạn. Các dịch vụ này được khách hàng đánh giá ở mức khá. Dịch vụ điện thoại được đánh giá khá tốt với số điểm 4,7 cho thấy khách hàng hoàn toàn hài lòng với hệ thống thông tin liên lạc trong khách sạn, điều này đặc biệt quan trọng đối với khách quốc tế và khách thương nhân. Ngày nay khoa học kỹ thuật ngày càng phát triển thì nhu cầu của người tiêu dùng ngày càng cao. Khách sạn cần đầu tư, mở rộng, nâng cấp các dịch vụ bổ sung trong thời gian tới.

Với số điểm 4,0 cơ sở vật chất của khách sạn được hầu hết khách hàng đánh giá ở mức tốt. Điều này chứng tỏ cơ sở vật chất của khách sạn đã vượt mức mong đợi của khách hàng.

Các chỉ tiêu cảm giác chung, giao tiếp với khách, sự sạch sẽ đều được đánh giá ở mức khá tốt. Trong đó chỉ tiêu giao tiếp với khách được đánh giá ở mức rất tốt, vượt hơn mong đợi của khách hàng.

Tóm lại, qua kết quả điều tra, ta rút ra được: Có những dịch vụ khách sạn đã đáp ứng được sự mong đợi của khách hàng nhưng bên cạnh đó có những dịch vụ chưa đáp ứng được mức mong đợi khách hàng. Vì vậy, khách sạn cần hỏi nhìn nhận cụ thể về từng dịch vụ để có những giải quyết hợp lý nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm.

Tiểu kết chương 2

Chương 2 phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vượng gồm những nội dung sau:

- Giới thiệu sơ lược về khách sạn: lịch sử hình thành, cơ cấu tổ chức, chức năng nhiệm vụ, tình hình hoạt động kinh doanh
- Phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vương

Từ đó làm cơ sở cho việc đề xuất giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn.

CHƯƠNG III: CÁC GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TẠI KHÁCH SẠN ĐỨC VƯỢNG

3.1. Mục tiêu, phương hướng phát triển của khách sạn Đức Vượng

3.1.1. Mục tiêu phát triển

Hoạt động kinh doanh khách sạn thực sự đóng vai trò "động lực" cho tiến trình công nghiệp hóa - hiện đại hóa là ngành kinh tế mũi nhọn trong chuyển dịch cơ cấu kinh tế, góp phần đảm bảo duy trì sự bền vững, tái tạo và làm giàu môi trường sinh thái, văn hóa, giúp giải quyết công ăn việc làm, bảo vệ an ninh quốc phòng, trật tự xã hội.

Mục tiêu cơ bản của khách sạn trong vài năm đến là thu hút khách và mở rộng thị trường khách du lịch bằng cách:

- Tập trung vào đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng.
- Tăng số lượng dịch vụ của khách sạn
- Phục vụ thị trường khách hàng mục tiêu
- Lấy yêu cầu thoả mãn thị trường làm thước đo đánh giá mọi hoạt động cũng như phần đầu của từng cán bộ công nhân viên trong khách sạn.

Thiết lập cơ cấu ngành nghề đa dạng phong phú. Lấy dịch vụ lưu trú và dịch vụ ăn uống làm trọng tâm, tiếp tục đẩy mạnh dịch vụ bổ sung... đẩy mạnh công tác thị trường tạo động lực phát triển cho các dịch vụ hỗ trợ khác.

Củng cố tăng cường lực lượng lao động thông qua biện pháp đào tạo tại chỗ, qua trường lớp nhằm nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ của nhân viên, tuyển chọn lao động. Tiền lương của nhân viên phải lấy chất lượng và hiệu quả làm thước đo.

Xây dựng các phương án để huy động vốn đầu tư khi cần.

Thường xuyên cải tiến và không ngừng nâng cao chất lượng sản phẩm phục vụ khách hàng.

3.1.2. Phương hướng phát triển kinh doanh của khách sạn

Nền kinh tế Việt Nam đang trên đà phát triển và có những tiến bộ về mọi mặt công nông nghiệp, dịch vụ với sự đầu tư công tác của nhiều công ty nước ngoài vì thế nhiều doanh nghiệp phát triển rất mạnh trong thời gian vừa qua. Trong ngành dịch vụ như kinh doanh khách sạn đã và đang được rất nhiều nhà đầu tư nước ngoài chú ý đến với lượng đầu tư rất lớn. Vì thế khách sạn Đức Vượng phải có mục tiêu phấn đấu nâng cao chất lượng phục vụ, nâng cao các trang thiết bị tiện nghi, cải tạo lại cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở hạ tầng khang trang hấp dẫn thu hút khách nước ngoài. Khách sạn Sài Gòn đã đề ra những mục tiêu phấn đấu trong từng giai đoạn nhằm đưa đến một kết quả tốt nhất. Mục tiêu chính của khách sạn Sài Gòn là phấn đấu để luôn đạt kết quả kinh doanh cao nhất và là khách sạn được phân hạng bốn sao trong thời gian tới.

Bảng 8. Phương hướng phát triển kinh doanh của khách sạn Đức Vượng năm 2023 – 2024

	Phương hướng
Dịch vụ lưu trú	Kinh doanh nhiều hạng buồng phù hợp với khả năng thanh toán của khách hàng. Nâng cao nghiệp vụ buồng và kỹ năng xử lý các tình huống của nhân viên. Luôn mỉm cười và có thái độ sẵn sàng phục vụ nhu cầu của khách thể hiện sự chân thành, gây thiện cảm với khách.
Dịch vụ ăn uống	Các món ăn mang tính đặc trưng của từng vùng, đẹp mắt và phù hợp với khẩu vị của từng loại khách đến từ nhiều nước khác nhau.
Dịch vụ bổ sung	Hấp dẫn, phong phú đem lại sự thoải mái cho khách. Lựa chọn chiến lược theo sau để tránh đối đầu với công ty lớn và giảm thiệt hại về chi phí khi phát triển sản phẩm mới.
Cơ chế quản lí	Tăng cường kỉ cương, kỉ luật đảm bảo an toàn, an ninh trật tự, nâng cao trình độ quản lý, tăng lợi nhuận, tăng thu nhập cho nhân viên. Các bộ phận trong khách sạn có mối quan hệ chặt chẽ với nhau để công việc đạt hiệu quả cao. Xây dựng ý thức trong từng nhân viên về coi trọng khách hàng "khách hàng là thượng đế", "khách hàng luôn luôn đúng", để cho khách hàng thấy mình là người quan trọng. Đề ra chiến lược kinh doanh trong từng thời kỳ sao cho phù hợp.
Chiến lược kinh doanh	Hoàn thiện chính sách sản phẩm giúp tăng doanh thu: Đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ, phát triển sản phẩm mới. Đầu tư xây dựng thêm cơ sở vật chất kỹ thuật tăng cường đổi mới trang thiết bị. Đẩy mạnh tiếp thị gắn với công tác tuyên truyền quảng cáo. Cũng cố thắt chặt mối quan hệ với khách hàng, mở rộng quan hệ với bạn hàng trong ngành, thiết lập mối quan hệ với cơ sở kinh doanh du lịch, lữ hành để tạo nguồn khách.

(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ báo cáo thường niên của khách sạn)

Trong kinh doanh khách sạn bộ phận kinh doanh lưu trú là bộ phận chiếm tỉ trọng lớn trong tổng doanh thu. Vì vậy việc phát triển kinh doanh lưu trú là phương hướng chính trong nâng cao hiệu quả kinh doanh. Trong một vài năm tới phương hướng phát triển kinh doanh của bộ phận buồng ở khách sạn Đức Vượng được khái quát như sau:

- Duy trì và nâng cao tỉ trọng của kinh doanh lưu trú trong tổng doanh thu của khách sạn.
- Nâng cấp một số trang thiết bị tiện nghi trong phòng khách, trang thiết bị phục vụ mới, hiện đại giúp quá trình phục vụ của nhân viên được thuận tiện, dễ dàng. Đáp ứng những yêu cầu bổ sung của khách hàng trong phạm vi có thể.

- Giảm chi phí, tăng doanh thu trong kinh doanh lưu trú nâng cao thu nhập cho nhân viên trong bộ phận buồng.
- Nhân viên phục vụ phải đúng quy trình đảm bảo nhanh, gọn, chính xác hạn chế tối đa sai sót, đạt tiêu chuẩn hạng buồng.
- Hướng tới, mục tiêu chung của khách sạn cũng như của bộ phận buồng là nâng cao chất lượng phục vụ tiếp tục bổ sung hoàn thiện đội ngũ nhân viên. Tiếp tục đào tạo nghiệp vụ để khách hàng đánh giá đúng về chất lượng và giá cả.
- Bộ phận phục vụ buồng liên tục phối hợp với các bộ phận kỹ thuật bảo dưỡng định kỳ các buồng, các trang thiết bị để cung cấp cho khách hàng một cách tốt nhất. Các bộ phận phục vụ buồng không ngừng nâng cao cơ sở vật chất trong tương lai.

3.2. Các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ

3.2.1. Tìm hiểu nhu cầu của khách hàng và chính sách chăm sóc khách hàng

Chất lượng dịch vụ luôn là yếu tố đầu vào sống còn của bất kỳ khách sạn nào. Chuyển sang hoạt động theo cơ chế thị trường các khách sạn luôn chú trọng tìm mọi giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ để thu hút khách. Hàng khách sạn Đức Vượng cần đổi mới mô hình quản trị theo mô hình hiện đại. Mô hình quản trị này đưa khách hàng lên vị trí cao nhất. Các mục tiêu, kế hoạch của khách sạn đều hướng vào khách hàng phục vụ khách hàng. Khách hàng là đối tượng là những người mà khách sạn hướng đến phục vụ họ là người mà chính họ mang đến nguồn doanh thu cho khách sạn của chúng ta khách hàng, là những người đảm bảo cho sự tồn tại và phát triển của khách sạn. Bởi thế, vấn đề phục vụ và chăm sóc khách hàng là hết sức cần thiết và cực kỳ quan trọng. Vậy muốn phục vụ và chăm sóc khách hàng tốt, điều kiện cốt lõi và tiên quyết là phải nắm bắt và hiểu rõ tâm lý khách hàng. Làm được điều này xem như chúng ta đã có được chiếc chìa khóa của sự thành công.

Nghiên cứu Marketing là một trong những phương tiện mấu chốt để hiểu biết các trông đợi và sự chấp nhận các dịch vụ của khách hàng. Đây là cơ sở thiết yếu cho bất kỳ chiến lược dịch vụ nào, khi nghiên cứu Marketing sẽ chỉ ra cho khách sạn thấy khách hàng của mình là ai? Họ cần gì? Tại sao họ lại mua? Dịch vụ có đáp ứng và phù hợp với nhu cầu của họ hay không?... Khách sạn Đức Vượng cần tập trung nghiên cứu mức độ hài lòng của khách du lịch nhằm phục vụ tốt hơn.

Việc nghiên cứu marketing cung cấp toàn bộ dữ liệu về khách hàng cho khách sạn. Các dữ liệu chỉ có giá trị cho một khoảng thời gian nhất định, do đó, việc nghiên cứu marketing cần phải được thực hiện thường xuyên và liên tục, tìm hiểu nhu cầu của khách hàng, từ đó lựa chọn các sản phẩm phù hợp với sự trông đợi của khách hàng.

Tìm hiểu nhu cầu, mong muốn của khách hàng sẽ giúp cho khách sạn dễ dàng thành công trong việc cung cấp các dịch vụ có chất lượng, giúp khách sạn xác định chính

xác tiêu chuẩn dịch vụ mà khách sạn sẽ cung cấp, điều đó giúp cho khách sạn trở nên thân quen hơn với khách hàng của mình.

Với việc tìm hiểu mong đợi thực sự của khách hàng là điều cần thiết nhằm giúp cho khách sạn hiểu biết mong đợi của khách hàng và sự cảm nhận của họ về chất lượng dịch vụ buồng của khách sạn để từ đó cung cấp dịch vụ buồng có chất lượng tốt nhất cho người tiêu dùng. Thông qua việc tìm hiểu đó khách sạn có thể đạt được những mục đích:

- Nhận ra những điều đã làm khách hàng không hài lòng và những thiếu sót của dịch vụ cần phải được khắc phục.
- Nhận ra những yêu cầu mong đợi thực sự của khách hàng về dịch vụ.
- Kiểm tra và theo dõi quá trình thực hiện dịch vụ tại khách sạn.
- So sánh sự thực hiện cung cấp dịch vụ của khách sạn với đối thủ cạnh tranh.
- Đo lường hiệu quả của những thay đổi trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ của khách sạn.
- Đánh giá sự thực hiện công việc của các thành viên bộ phận buồng để ghi nhận và khen thưởng.
- Tìm hiểu mong đợi của khách hàng về dịch vụ bổ sung cho dịch vụ buồng.
- Theo dõi những thay đổi trong sự mong đợi của khách hàng
- Dự đoán những mong đợi của khách hàng trong tương lai.

Khách sạn nên thường xuyên tổ chức thăm dò, trao đổi và hỏi ý kiến khách hàng về chất lượng dịch vụ buồng, chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên và chất lượng trang thiết bị. Khách sạn nên tiếp nhận ý kiến của khách hàng một cách nhiệt tình và theo hướng đổi mới tích cực trong điều kiện có thể. Mẫu câu hỏi khách sạn phát ra cho khách hàng đánh giá nên được thống kê hàng tháng hàng quý hàng năm để có những chính sách phục vụ tốt hơn. Khách sạn có thể tham khảo mẫu thống kê sau:

Bảng 9. Mẫu thống kê ý kiến của khách hàng

Chỉ tiêu	Đánh giá					
	Tốt	%	Trung bình	%	Kém	%
Trang thiết bị trong phòng						
Thái độ phục vụ của nhân viên						
Dịch vụ giặt ủi						
...						

Đồng thời khách sạn cần quan tâm khách hàng hơn nữa bằng việc tặng hoa, hỏi han tới từng khách hàng sau khi khách đã lưu lại khách sạn để thể hiện sự quan tâm của mình tới khách hàng. Điều này khiến cho khách hàng có thiện cảm và qua đó sẽ tăng lượng khách quay lại cũng như khách mới đến khách sạn mà không tốn nhiều công sức và chi phí marketing.

3.2.2. Nâng cao chất lượng cơ sở vật chất

Trong kinh doanh khách sạn, cơ sở vật chất luôn là một yếu tố thiết yếu để đánh giá đẳng cấp và sang trọng, chính vì vậy mà khách sạn rất chú trọng đến yếu tố này, như đã trình bày ở trên mặc dù rất quan tâm đến cơ sở vật chất và trang thiết bị nhưng vẫn còn một số thiếu sót nhỏ, điều mà khiến một số khách hàng vẫn chưa hoàn toàn hài lòng.

Vậy để cải tiến hơn đối với yếu tố cơ sở vật chất và trang thiết bị thì đầu tiên, phải tiến hành tổng rà soát, kiểm tra lại toàn bộ các cơ sở vật chất trong khách sạn để nắm bắt được tình trạng thực tại của các cơ sở vật chất và trang thiết bị hiện có.

Đối với vấn đề bảo quản các dụng cụ phục vụ cho ăn uống như dao, muỗng, nĩa... ngoài việc đánh bóng lại hàng tuần nhà hàng còn cần phải có biện pháp bảo quản trong quá trình luân chuyển các dụng cụ này từ khu vực phục vụ khách đến khu vực vệ sinh và ngược lại bằng cách chuẩn bị các vật dụng để phân loại dao, muỗng, nĩa ra riêng để tránh trường hợp chúng cọ xát vào nhau gây bong tróc lớp mạ bạc cũng như làm biến dạng các vật dụng như nĩa bị lệch răng, hay dao bị méo mó, hư lưỡi...

Đối với các vật dụng như đĩa các loại sau khi vệ sinh qua nước cần phải được lau sạch sẽ và kiểm tra xem đĩa có bị biến dạng, sứt mẻ không trước khi đưa lên khu vực phục vụ và trước khi mang ra phục vụ khách phải đặc biệt kiểm tra kỹ một lần nữa.

Tất cả các vật dụng được bày trên bàn khách đều cần phải được kiểm tra kỹ lưỡng, đảm bảo tính thẩm mỹ, sạch sẽ, đặc biệt đối với khăn ăn trước khi gấp và đặt lên bàn cần phải chắc chắn rằng khăn sạch, mềm và không bị rách. Đối với khăn lông lạnh được ngâm với tinh dầu sả chỉ nên ngâm với lượng tinh dầu vừa đủ để tạo mùi thơm và cảm

giác dễ chịu không nên ngâm với quá nhiều tinh dầu sẽ khiến phản tác dụng và có thể gây mẫn cảm với da của khách, bên cạnh đó khách sạn nên chuẩn bị thêm một số ít khăn lạnh không ngâm với tinh dầu trong trường hợp khách không thích hoặc bị dị ứng với tinh dầu sả. Đối với việc khăn lông lạnh thường bị thiếu hụt vào những ngày đông khách vì khăn lạnh sau khi qua sử dụng sẽ được mang xuống bộ phận giặt ủi để giặt lại và sấy khô, nhưng vì có nhiều bộ phận khác cũng sử dụng chung loại khăn lông này nên thường có sự phân bổ không đồng đều hoặc hao hụt trong quá trình luân chuyển; do đó khách sạn nên có biện pháp để khắc phục điều này.

Các loại máy pha chế, máy xay, máy ép cần phải được lau chùi thường xuyên để đảm bảo tính thẩm mỹ, vệ sinh khi khách nhìn vào vì toàn bộ quá trình chế biến đều được khách nhìn thấy, đồng thời cần được tiến hành bảo dưỡng định kỳ có thể là 3 tháng một lần để đảm bảo máy luôn hoạt động tốt tránh chi phí cao hơn cho việc sửa chữa hoặc thay mới.

Khu vực bàn ghế phía ngoài trời do ảnh hưởng của thời tiết nên bị xuống cấp do đó cần phải được đánh bóng và làm mới lại, bao ghế cần phải được kiểm tra hàng ngày để vệ sinh hoặc thay thế để đáp ứng được tiêu chuẩn cao cấp mà khách sạn đề ra.

Hệ thống đèn chiếu sáng mặc dù được theo dõi và thay hàng ngày nhưng bóng đèn lại rất nhanh bị hư, nhà hàng nên coi lại việc sử dụng loại bóng đèn phù hợp hoặc có biện pháp mới thay thế cho khoản này vì với việc phải thay đổi và sửa chữa thường xuyên hệ thống bóng đèn như vậy rất tốn chi phí cho khách sạn.

3.2.3. Nâng cao chất lượng đội ngũ nhân viên

Đây là một vấn đề hết sức cần thiết và ảnh hưởng trực tiếp đến việc thu hút khách. Bởi một khách sạn có cơ sở vật chất kỹ thuật tốt thôi chưa đủ mà cần phải có một đội ngũ lao động làm việc với chuyên môn cao, phẩm chất tốt. Do đó, ý thức cũng như trình độ của mỗi nhân viên trong công ty cần phải được chú ý một cách toàn diện.

❖ Đối với công tác đào tạo nhân viên:

Đội ngũ lao động là nhân tố đóng vai trò quan trọng nhất trong quá trình phục vụ tại khách sạn. Họ là những người sản xuất ra những sản phẩm, dịch vụ trong khách sạn để phục vụ cho khách. Do đó khách sạn phải thường xuyên nâng cao trình độ đội ngũ lao động.

Việc nhân viên có được sự thấu hiểu nhu cầu và sở thích của khách hàng giúp nắm bắt được tâm lý khách hàng, từ đó giới thiệu được những sản phẩm hiện có của khách sạn một cách phù hợp nhất cho từng khách hàng. Đồng thời việc nhân viên có được kiến thức tốt về sản phẩm của khách sạn còn giúp cho khách hàng có niềm tin hơn vào nhân viên khách sạn cũng như hình ảnh chung của khách sạn.

Khách sạn, nên thường xuyên mở các khóa học, đào tạo những kiến thức cơ bản để nhân viên có thể nắm bắt được tâm lý khách hàng, đặc biệt là về quốc gia, vùng miền,

tôn giáo, hay chế độ ăn kiêng, dị ứng của khách hàng. Ví dụ như ở Việt Nam, miền Bắc thích ăn các món ăn đậm đà và hơi mặn hơn so với các vùng khác, ở miền Trung phần lớn khách hàng lại thích những món có hương vị chua, cay hơn, còn ở miền Nam đa phần khách hàng lại thích các món ăn được nêm nếm ngọt hơn so với các miền khác... Hay các quốc gia theo đạo Hồi thì sẽ không ăn thịt heo, không ăn các loại động vật có móng chẻ, thịt các động vật được bày bán phải có chứng chỉ HALAL (Chứng chỉ Halal là một loại chứng chỉ xác nhận rằng sản phẩm nào đó đạt yêu cầu về các thành phần và điều kiện sản xuất đáp ứng yêu cầu của kinh Qua'ran và luật Shariah); hoặc khách hàng người Ý thì thường sẽ thích những món ăn có nhiều các loại bơ, phô mai hay thịt nguội,...

Hay các chế độ ăn kiêng như kiêng chất béo, thì nhân viên nên giới thiệu các món nhiều rau, ít mỡ như salad hay các loại thịt, cá có lượng mỡ ít như thăn bò, thăn cá hồi... Và đặc biệt là các loại dị ứng khách thường gặp, nhất là khách hàng đến từ châu Âu, họ thường dị ứng rất nặng với một số thứ nếu vô tình ăn phải thậm chí có thể dẫn đến tử vong, các loại dị ứng thường gặp sẽ là dị ứng với các sản phẩm làm từ trứng, sữa, dị ứng với các loại hạt, dị ứng hải sản,...

Nhân viên khách sạn cần phải có trách nhiệm học hỏi những kiến thức đã được truyền đạt, đồng thời chủ động học hỏi thêm những kinh nghiệm còn thiếu nhất là những vấn đề thường xuyên phát sinh trong lúc giao tiếp với khách hàng những thắc mắc và ý kiến của khách hàng,... những vấn đề này cần được tổng hợp, rút kinh nghiệm và chia sẻ cho nhau, đối với những vấn đề khó cần giải quyết hoặc những kỹ năng chưa rõ có thể trực tiếp trao đổi từ quản lý khách sạn.

Mọi hoạt động đều cần được kiểm tra và giám sát. Trình độ và năng lực của nhân viên cũng vậy, quản lý khách sạn nên thường xuyên kiểm tra, trao đổi với nhân viên để từ đó nắm bắt được kiến thức hiện tại của nhân viên để có những giải pháp phù hợp nhất.

Ngoài ra, vì tính chất công việc nhân lực khách sạn thường xuyên có sự thay đổi vì vậy mà nhân viên mới trong khách sạn hầu như lúc nào cũng có, chính vì vậy các quản lý, trưởng nhóm và các nhân viên lâu năm nên chỉ dạy một cách nhiệt tình đồng thời thường xuyên quan sát giúp đỡ, góp ý nhân viên mới làm việc tốt hơn và hoạt động cả nhà hàng cũng được diễn ra hiệu quả hơn.

❖ Về trình độ ngoại ngữ:

Trong thời gian gần đây nguồn khách của khách sạn có xu hướng tăng khách du lịch quốc tế nhưng khách hàng mục tiêu của khách sạn vẫn là khách công vụ. Bên cạnh đó số lượng khách đi lẻ cũng chiếm phần đáng kể trong tổng số khách đến khách sạn. Do đó, nếu nhân viên còn hạn chế về ngoại ngữ thì sẽ ảnh hưởng đến việc giao tiếp với

khách hàng. Vì vậy, chất lượng phục vụ của nhân viên bị ảnh hưởng. Để đào tạo ngoại ngữ cho nhân viên khách sạn nên có một số giải pháp:

- Khuyến khích nhân viên tự học các lớp ngoại ngữ ngoài giờ làm việc tại các trung tâm. Để làm tốt điều này khách sạn cần có những chế độ ưu tiên nhất định để cho nhân viên thực hiện tốt.

Ví dụ: Bố trí họ làm những công việc phù hợp khi mà trình độ ngoại ngữ của họ được cải thiện. Sắp xếp công việc thuận lợi cho việc học tập của họ, nếu có thể thì phụ cấp cho họ một phần học phí.

- Hợp đồng với các trung tâm ngoại ngữ mở lớp ngoại ngữ ngắn hạn tại khách sạn vào những thời điểm vắng khách trong năm và ngoài ca làm việc của nhân viên. Mặt khác, khách sạn cần khuyến khích nhân viên và đào tạo cho nhân viên học hỏi thêm các văn hoá các vùng khác trong nước cũng như các nước khác để nhân viên có khả năng giao tiếp, biết về những nhu cầu khác của khách hàng để nhằm đáp ứng được yêu cầu riêng của khách.

❖ Về trình độ nghiệp vụ:

Mỗi bộ phận trong khách sạn đều có một nghiệp vụ chuyên môn khác nhau để đáp ứng cho việc phục vụ của mình. Khách sạn cần có kế hoạch đào tạo nâng cao trình độ nghiệp vụ của từng nhân viên để từng bước đưa chất lượng của khách sạn ngày càng cao hơn. Việc đào tạo phải có kế hoạch cụ thể cho từng bộ phận theo từng thời điểm thích hợp

- Đào tạo tại chỗ: giao trách nhiệm cho những nhân viên có kinh nghiệm truyền đạt, hướng dẫn cho các nhân viên mới hoặc những nhân viên ít kinh nghiệm, bằng cách trong mỗi ca trực bộ phận thì khách sạn luôn bố trí ít nhất 1 nhân viên có thâm niên làm việc lâu năm, có kinh nghiệm trong công tác. Qua đó họ có thể chỉ dẫn truyền đạt lại cho các nhân viên khác. Để khuyến khích cho việc này khách sạn có thể bình bầu họ làm những chức vụ như đội trưởng, tổ trưởng...

- Vào những mùa vắng khách nếu có điều kiện khách sạn nên gửi nhân viên đến học hỏi thêm kinh nghiệm tại các khách sạn lớn có uy tín.

❖ Sự phối hợp thực hiện công việc giữa nhân viên trong khách sạn:

Mỗi một sản phẩm được thực hiện không chỉ một khâu, một công đoạn mà là cả một quá trình từ khi khách đến với khách sạn cho đến lúc khách hàng thanh toán hoá đơn và rời khỏi khách sạn. Do đó sự phối hợp thực hiện giữa các bộ phận trong khách sạn là điều hết sức cần thiết và quyết định đến chất lượng dịch vụ khách sạn. Nếu một bộ phận làm không tốt thì sự đánh giá của du khách về khách sạn là cả một quá trình thậm chí cả uy tín của khách sạn cũng bị ảnh hưởng. Vì vậy, để chất lượng phục vụ tốt thì việc phối hợp đồng bộ và chặt chẽ giữa các bộ phận lễ tân, buồng, nhà hàng, bếp, bar,... là điều tất yếu.

Bên cạnh đó phong cách phục vụ của nhân viên cũng ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ, nên nhân viên phục vụ với thái độ hoà nhã, nhiệt tình, vui vẻ thì làm cho khách cảm thấy rất hài lòng và hiệu quả sẽ được nâng cao. Ngược lại với thái độ phục vụ thiếu trách nhiệm sẽ làm khách không hài lòng.

Để khắc phục tình trạng này khách sạn cần phải tăng cường hơn nữa những việc như xác định rõ công việc và nhiệm vụ của từng nhân viên ở các bộ phận, khi cần có sự hỗ trợ, liên hệ giữa các bộ phận thì nhân viên phải cố gắng hoàn thành công việc. Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát nhân viên trong quá trình làm việc mà phải biết bảo vệ, giữ gìn tài sản của khách sạn.

❖ Biện pháp liên quan đến đãi ngộ, khuyến khích:

– Để làm được điều này, khách sạn phải có chính sách khuyến khích nhân viên làm việc hết mình, động viên, an ủi tinh thần cho họ, quan tâm đến đời sống riêng tư của họ để họ yên tâm trong quá trình làm việc.

– Tạo điều kiện thuận lợi cho nhân viên tự phát huy tài năng của mình, khách sạn phải phân tích rõ công việc của họ làm, qua đó cho thấy được vai trò của họ rất quan trọng trong việc tạo ra lợi nhuận cho khách sạn vì trong đó có một phần của mình.

– Thái độ nhân viên phục vụ phải luôn thân thiện, tích cực trong công việc phục vụ khách, đặc biệt không nên tiết kiệm lời chào hỏi và nụ cười khi tiếp xúc với khách nhằm tạo mối thiện cảm, việc ứng xử chào hỏi không chỉ áp dụng cho nhân viên mà cần cho cả ban lãnh đạo khách sạn.

– Khách sạn phải có chế độ khen thưởng đối với ai làm việc tốt và phạt đối với những ai vi phạm, có như vậy nhân viên mới tự giác làm việc mà không nề hà cho ai.

– Khách sạn phải làm sao cho nhân viên hiểu rằng khi tình nguyện bỏ ra thời gian và tài năng để phục vụ thì họ sẽ nhận được những kinh nghiệm kiến thức và ý tưởng mới mà có thể áp dụng vào công việc của họ.

Ngoài ra khách sạn có thể tổ chức sinh nhật tặng quà cho các nhân viên mặc dù món quà không đáng là bao nhưng tạo được cảm tình, thân thiện giữa nhân viên, hoặc tổ chức một chuyến tham quan cho các nhân viên để tạo cơ hội tiếp xúc gần gũi và trao đổi những thắc mắc mà bấy lâu chưa giải toả được, từ đó các nhân viên các bộ phận có thể giúp đỡ lẫn nhau, hiểu nhau trong công việc để tạo tính hiệu quả và đem lại công suất lớn cho khách sạn.

Tóm lại: Ban lãnh đạo phải luôn ân cần khuyên nhủ, nhỏ nhẹ khi họ mắc phải những sai lầm, có như vậy khách sạn mới có được một đội ngũ nhân viên đoàn kết, hết lòng vì công việc.

Việc thưởng phạt về vật chất lẫn tinh thần sẽ khuyến khích nhân viên tích cực phấn đấu hết mình với công việc. Khách sạn cần tăng thêm mức thưởng cho những nhân

viên hoàn thành xuất sắc công việc của mình, điều này sẽ kích thích cho tất cả nhân viên còn lại hăng say trong công việc. Qua đó chất lượng phục vụ cũng được nâng cao hơn.

3.2.4. Đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng dịch vụ

❖ Đa dạng hóa sản phẩm

Ngoài các dịch vụ chính trong khách sạn như dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống thì dịch vụ bổ sung cũng đóng vai trò quan trọng và quyết định trong việc cạnh tranh trên thị trường, góp phần vào sự thoả mãn và kéo dài thời gian lưu trú của khách.

Hiện nay các dịch vụ bổ sung trong khách sạn Đức Vương còn hạn chế chưa được đầu tư, mở rộng mà chủ yếu xoay quanh các dịch vụ như: giặt là, dịch vụ cho thuê xe...

Để thu hút được nhiều khách thì ban giám đốc cần phải bổ sung và đa dạng hoá các loại hình dịch vụ có thể bằng những cách khác nhau.

Đối với dịch vụ lưu trú: cần tăng thêm phòng suite ở khách sạn. Vì hiện nay số lượng phòng này ở khách sạn rất ít. Vị trí của khách sạn rất thuận lợi, thoáng mát rất thích hợp cho du khách thích dạo bộ. Đây là điều kiện lý tưởng cho du khách khi lưu trú tại khách sạn.

Đối với bộ phận F&B, khách sạn Đức Vương cần thực hiện: Đa dạng hóa các loại thực đơn, tạo sự phong phú trong sự lựa chọn cho khách hàng. Đổi mới cách Décor thực đơn theo từng mùa, theo từng chủ đề nhằm kích thích sự tò mò của thực khách. Ngoài các thực đơn mà khách sạn đang cung cấp cho khách hàng thì thỉnh thoảng thêm vào đó các thực đơn mới lạ, và thực đơn cho tiệc Buffet cũng cần thường xuyên thay đổi như Buffet chay, Buffet kem, Buffet rau củ quả... Việc thay đổi thực đơn sẽ làm cho khách cảm thấy thú vị, kích thích sự ngon miệng và tò mò của khách.

Còn đối với bộ phận buồng thì trang thiết bị trong phòng ngủ của khách cần thường xuyên thay đổi theo định kỳ. Có thể có những sản phẩm chưa cần phải thay nhưng chúng ta cũng cần phải đổi mới. Con người ta rất mau chán và thường rất thích những gì mới mẻ, do đó, khách sạn Đức Vương cũng nên đặc biệt quan tâm đến vấn đề này. Việc kinh doanh của khách sạn chủ yếu nhất là dịch vụ lưu trú và dịch vụ ăn uống. Còn dịch vụ bổ sung cũng là dịch vụ khá quan trọng mang lại lợi ích kinh doanh cho khách sạn.

Nhu cầu du lịch của du khách ngày càng cao, họ có kinh nghiệm hơn trong việc đi du lịch cũng như tiêu dùng dịch vụ trong khách sạn vì vậy khách sạn phải nâng cao chất lượng dịch vụ để phù hợp với nhu cầu của khách.

Đảm bảo vệ sinh môi trường xung quanh, phòng toilet thông thoáng, sạch sẽ, cách trải ra giường phải thẩm mỹ, nhân viên phục vụ cần phải vui vẻ, trang phục hợp lý nhằm tạo sự chuyên nghiệp trong quy trình phục vụ.

❖ Nâng cao chất lượng dịch vụ

Một quy trình phục vụ chuẩn mực, chặt chẽ, đồng nhất là yếu tố vô cùng quan trọng khi đánh giá và cải tiến chất lượng dịch vụ của một khách sạn, như đã phân tích ở trên có thể thấy khách sạn có một hệ thống quy trình phục vụ rất chi tiết; tuy nhiên trên thực tế đặc biệt là những lúc khách đông, quy trình phục vụ diễn ra không đúng như tiêu chuẩn đề ra có thể khiến trình tự phục vụ bị sai lệch so với tiêu chuẩn.

Đầu tiên giải quyết cho vấn đề này chính là nhân lực, vào những mùa đông khách, nhân lực thường bị thiếu không đủ đáp ứng đầy đủ quy trình phục vụ, vì vậy; đôi khi sẽ bị thiếu hụt và không theo đúng với tiêu chuẩn do đó việc đầu tiên là phải tăng cường nhân lực vào những mùa đông khách để đảm bảo quy trình được diễn đúng như tiêu chuẩn đề ra.

Bên cạnh đó trong quá trình phục vụ khách hàng, nhân viên khách sạn phải canh để sắp xếp thời gian chuẩn bị hợp lý. Trước khi bắt đầu phục vụ cho khách, nhân viên nên tự giới thiệu bản thân trước, đây cũng là một trong những ý kiến hay và tăng khả năng tương tác giữa khách và nhân viên, thực chất việc thắt chặt mối dây quan hệ giữa nhân viên và khách rất quan trọng, điều này sẽ khiến họ cảm thấy gần gũi, thoải mái hơn và sẽ luôn nhớ đến khách sạn với một hình ảnh tốt đẹp, sẽ luôn nghĩ tới khách sạn đầu tiên khi có ý định sử dụng dịch vụ vì ở đó có một người nhân viên mà họ tin tưởng hoặc yêu thích, và ngược lại trong quá trình tương tác với khách, nhân viên cũng từ đó mà hiểu rõ hơn, nắm bắt được tâm lý khách để luôn có hướng phục vụ tốt nhất cho mỗi khách hàng khác nhau.

3.2.5. Cải thiện quy trình phục vụ và nâng cao năng lực phục vụ

❖ Cải thiện quy trình phục vụ

Một quy trình phục vụ chuẩn mực, chặt chẽ, đồng nhất là yếu tố vô cùng quan trọng khi đánh giá và cải tiến chất lượng dịch vụ của một khách sạn, như đã phân tích ở trên có thể thấy.

Khách sạn có một hệ thống quy trình phục vụ rất chi tiết; tuy nhiên trên thực tế đặc biệt là những lúc khách đông, quy trình phục vụ diễn ra không đúng như tiêu chuẩn đề ra có thể khiến trình tự phục vụ bị sai lệch so với tiêu chuẩn.

Đầu tiên giải quyết cho vấn đề này chính là nhân lực, vào những mùa đông khách, nhân lực thường bị thiếu không đủ đáp ứng đầy đủ quy trình phục vụ, vì vậy; đôi khi sẽ bị thiếu hụt và không theo đúng với tiêu chuẩn do đó việc đầu tiên là phải tăng cường

nhân lực vào những mùa đông khách để đảm bảo quy trình được diễn đúng như tiêu chuẩn đề ra.

Bên cạnh đó trong quá trình phục vụ khách hàng, nhân viên Khách sạn phải canh để sắp xếp thời gian chuẩn bị hợp lý.

Trước khi bắt đầu phục vụ cho khách, nhân viên nên tự giới thiệu bản thân trước, đây cũng là một trong những ý kiến hay và tăng khả năng tương tác giữa khách và nhân viên, thực chất việc thắt chặt mối dây quan hệ giữa nhân viên và khách rất quan trọng, điều này sẽ khiến họ cảm thấy gần gũi, thoải mái hơn và sẽ luôn nhớ đến khách sạn với một hình ảnh tốt đẹp, sẽ luôn nghĩ tới khách sạn đầu tiên khi có ý định sử dụng dịch vụ vì ở đó có một người nhân viên mà họ tin tưởng hoặc yêu thích, và ngược lại trong quá trình tương tác với khách, nhân viên cũng từ đó mà hiểu rõ hơn, nắm bắt được tâm lý khách để luôn có hướng phục vụ tốt nhất cho mỗi khách hàng khác nhau.

❖ Nâng cao năng lực phục vụ

Nâng cao năng lực phục vụ luôn là biện pháp hàng đầu để thu hút khách. Với một đối tượng bất kỳ khi đến khách sạn đều mong muốn nhận được sự đón tiếp chu đáo, thân thiện, thỏa mãn các nhu cầu của mình. Chất lượng phục vụ tốt sẽ làm khách hài lòng và thấy sự chi tiêu của họ như vậy là đúng, sẽ làm cho khách có ấn tượng tốt với khách sạn, sẽ cho họ có mong muốn đến với khách sạn trong những lần đến thành phố hồ chí minh sau. Hơn nữa, phải nâng cao tính đồng bộ trong quá trình phục vụ, đồng thời đa dạng hóa các loại hình dịch vụ.

- Hiện tại, trang thiết bị trong các phòng ngủ chưa đầy đủ. Khách sạn cần cải thiện, nâng cấp các phòng, mua sắm thêm các trang thiết bị hiện đại, nâng cao chất lượng buồng giường cho phù hợp với nhu cầu khách của khách sạn. Nói chung, cần làm cho khách cảm thấy thoải mái sau chuyến đi tham quan mệt mỏi, phục hồi sức khỏe nhanh chóng.

- Thường xuyên giáo dục tinh thần trách nhiệm và phong cách phục vụ cho nhân viên phải nhiệt tình, niềm nở trong giao tiếp phục vụ khách, đặc biệt nâng cao trình độ nghiệp vụ, trình độ ngoại ngữ cho nhân viên.

- Không ngừng áp dụng các thành tựu khoa học kỹ thuật và áp dụng các quy trình phục vụ tiên tiến vào hoạt động của khách sạn.

- Thường xuyên nghiên cứu, học tập kinh nghiệm phục vụ, các quy trình phục vụ của các khách sạn trong và ngoài nước để áp dụng vào khách sạn của mình.

- Thực hiện từng bước tiêu chuẩn hóa đội ngũ cán bộ công nhân viên, đặc biệt bộ phận quản lý phòng chức năng của khách sạn và trưởng các bộ phận. Trên cơ sở tiêu chuẩn hóa để có kế hoạch cho đi đào tạo để sử dụng và tuyển chọn cho phù hợp với chuyên môn nghiệp vụ.

- Bộ phận bảo trì, tăng cường bảo dưỡng, sửa chữa kịp thời các hư hỏng trang thiết bị cho khách sạn nhằm đảm bảo cho số lượng phòng đủ điều kiện đón tiếp và phục vụ khách cao nhất.

Như vậy, khi nâng cao chất lượng phục vụ cho phép khách sạn nâng cao được năng lực cạnh tranh thu hút khách, cho phép tăng doanh thu, tăng lợi nhuận cho khách sạn, tăng thu nhập cho nhân viên, đồng thời tạo điều kiện đầu tư, nâng cấp khách sạn.

3.2.6. Nâng cao sự tin cậy cho khách hàng

Để nâng cao sự tin cậy đòi hỏi các nhà quản trị phải một lần nữa yêu cầu các phẩm chất cần có của nhân viên khách sạn như cẩn thận, chăm chỉ, thân thiện xử lý nhanh các tình huống sai sót, thực hiện đúng những gì đã hứa nhằm đạt sự tin cậy của khách hàng. Muốn vậy, khách sạn phải thận trọng trong khâu tuyển dụng và thường xuyên đào tạo, đưa ra các quy tắc ứng xử và đánh giá nhân viên một cách đột xuất và bí mật nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ đem lại sự an tâm và tin cậy của khách hàng. Chính vì vậy, yếu tố con người và yếu tố cung cấp dịch vụ của khách sạn là một trong những nguyên nhân chính đem lại sự tin cậy cho khách hàng.

Vì vậy để nâng cao mức độ thỏa mãn chung về độ tin cậy khách sạn cần thực hiện các giải pháp sau:

- Khách sạn cần cung cấp đúng các dịch vụ như đã cam kết với khách hàng.
- Khách sạn phải cung cấp dịch vụ tốt ngay từ lần đầu tiên. Khách sạn cần chú trọng đến các tiện ích của phòng phù hợp với các đối tượng khách du lịch khác nhau.
- Khách sạn nên giải quyết vấn đề của khách một cách chân thành. Khách sạn cần thường xuyên đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn kỹ năng cho nhân viên nghiệp vụ để xử lý sai sót, vướng mắc, khiếu nại của khách hàng.
- Cung cấp dịch vụ đúng thời gian như đã hứa. Đầu tư phần mềm công nghệ hiện đại để xử lý nhanh chóng và chính xác nhằm tăng khả năng quản lý chất lượng cho khách sạn.

3.2.7. Phân biệt nhãn hiệu so với đối thủ cạnh tranh

Trong suốt quá trình hình thành và phát triển gần 20 năm của khách sạn, toàn thể đội ngũ nhân viên khách sạn đã không ngừng cố gắng trong việc hoàn thiện chất lượng dịch vụ. Thỏa mãn yêu cầu của khách hàng và tạo được hình ảnh tốt trong lòng du khách luôn là mục tiêu hàng đầu khách sạn, đây là một yếu tố quan trọng quyết định sự quay lại và sử dụng dịch vụ của khách hàng. Bên cạnh đó, khách sạn đức vượng sở hữu một vị trí rất thuận lợi, tọa lạc ngay tại trung tâm thành phố, gần các khu mua sắm và vui chơi rất thuận tiện cho du khách muốn tham quan thành phố, cho nên đây là yếu tố thúc đẩy sự ra quyết định của khách du lịch chọn khách sạn đức vượng làm nơi lưu trú.

Khi kinh doanh bất kỳ lĩnh vực nào thì chúng ta cũng cần phải tạo ra những điểm khác biệt, những dấu ấn riêng thì việc kinh doanh mới đạt hiệu quả cao. Đặc biệt là trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn thì yêu cầu đó còn đòi hỏi cao gấp nhiều lần so với những ngành nghề khác. Theo em, những điều khác biệt đó có thể là những "dịch vụ phục vụ" kịp thời, như dịch vụ di chuyển hành lý, phục vụ các thủ tục đăng ký và trả phòng, dịch vụ hỗ trợ công việc Business Center, xe đưa đón sân bay,... Tất cả những dịch vụ này sẽ mang lại cho khách những ấn tượng tốt đẹp về khách sạn. Thời gian phục vụ cũng là một tiêu chuẩn quan trọng. Đối với một số dịch vụ cần phải giải quyết tức thời những khó khăn gặp phải ở khách sạn. "Dịch vụ khách sạn" phải đi liền với "quy định thời gian" khách sạn để khách hàng chấp nhận được. Khách sạn phải phục vụ khách hàng đúng thời hạn. Sự đúng giờ là một trong những thách thức trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn. Không nên để khách đợi nhưng nếu có sự cố xảy ra thì phải biết tìm cách để đền bù cho khách. Như khi khách phải chờ đợi thì khách sạn có thể bố trí cho khách tạm giải trí trong những giờ phút chờ đợi ngắn ngủi bằng cách đưa báo cho khách đọc, hoặc nếu khách gọi điện cho khách sạn mà khách phải chờ thì có thể cho khách nghe một đoạn nhạc ngắn trong thời gian chúng ta có thể phục vụ lại cho khách.

Tiểu kết chương 3

Chương 3 đưa ra những giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vượng, gồm những nội dung như:

- Định hướng và mục tiêu phát triển khách sạn Đức Vượng trong tương lai mang lại hiệu quả kinh doanh tốt nhất.
- Đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn Đức Vượng

Mặc dù mới được sửa và nâng cấp rất nhiều, từ cơ sở vật chất đến trang thiết bị rất hiện đại, nhưng bên cạnh đó cũng còn một vài thiết bị chưa thay đổi, cũng làm cho khách không hài lòng qua những phiếu khảo sát. Chương 3 góp phần cải thiện chất lượng dịch vụ từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ trong thời gian tới để góp phần cạnh tranh với những khách sạn trên con phố Bùi Viện.

KẾT LUẬN

Trong môi trường cạnh tranh hiện nay, chất lượng dịch vụ là một nhân tố quan trọng để tăng cường khả năng cạnh tranh của mỗi khách sạn. Một khi chất lượng dịch vụ đã được khách hàng quan tâm thì việc không ngừng hoàn thiện về cơ sở vật chất và trang thiết bị cũng như nâng cao về các quy trình phục vụ, kỹ năng, nghiệp vụ của nhân viên, bên cạnh đó công tác quản lý cũng góp phần không nhỏ trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ được xem như là một vũ khí cạnh tranh mạnh mẽ trong kinh doanh khách sạn. Cùng với sự phát triển kinh tế, mức sống người dân ngày càng tăng cao thì nhu cầu của khách ngày càng đa dạng, phong phú và mong đợi của họ ngày càng cao. Cũng có thể nói rằng phương châm hoạt động của kinh doanh dịch vụ là phải thỏa mãn nhu cầu của khách hàng vì khách hàng là nguồn doanh thu và lợi nhuận của công ty. Khi khách hàng thỏa mãn với dịch vụ hay hàng hóa thì khả năng họ tiếp tục sử dụng sản phẩm dịch vụ của khách sạn là rất cao; hơn nữa, khi họ thỏa mãn thì họ có xu hướng nói tốt về khách sạn với khách hàng khác.

Tầm quan trọng của chất lượng phục vụ trong kinh doanh khách sạn là không thể phủ nhận, tuy nhiên tùy vào tình hình cụ thể tại từng khách sạn mà ta có những biện pháp cải thiện và nâng cao chất lượng phục vụ khác nhau.

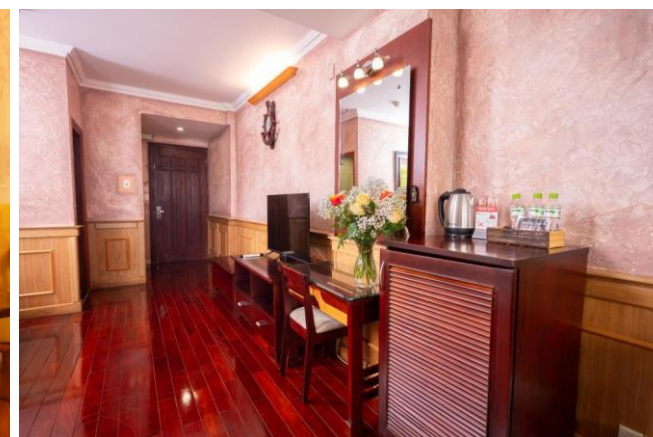
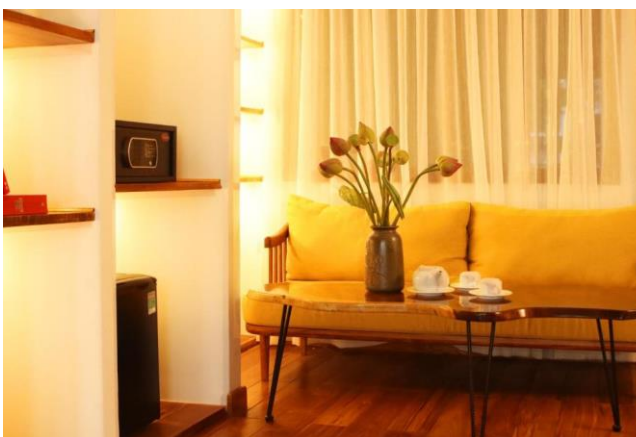
Trên đây chỉ là một số ý kiến đóng góp cho khách sạn Đức Vương hi vọng đó sẽ là những bước đi phù hợp với tình hình của khách sạn hiện nay.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. TS. Nguyễn Văn Mạnh và Ths. Hoàng Thị Lan Hương, Quản trị kinh doanh khách sạn, Nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân, năm 2008
2. TS. Nguyễn Bá Lâm, Quản lý kinh doanh khách sạn, Nhà Xuất bản Hà Nội, năm 2009
3. Luật Du lịch, Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia, năm 2005
4. Báo cáo kết quả kinh doanh của khách sạn Đức Vương năm 2020 – 2022

Một số hình ảnh của khách sạn

– Các loại phòng và tiện nghi trong phòng:



- Quầy lễ tân và sảnh chờ của khách sạn



- Nhà hàng



- Quán bar

