

MỤC LỤC

NỘI DUNG	TRANG
CHƯƠNG 1: MỘT SỐ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH KHÁCH SẠN.....	4
1.1. Sơ lược về sự hình thành và phát triển của ngành khách sạn.....	4
<i>1.1.1. Sự hình thành và phát triển của ngành khách sạn trên thế giới.....</i>	<i>4</i>
<i>1.1.2. Sự hình thành và phát triển của ngành khách sạn ở Việt Nam.....</i>	<i>6</i>
1.2. Khách sạn và kinh doanh khách sạn.....	8
<i>1.2.1. Khái niệm khách sạn.....</i>	<i>8</i>
<i>1.2.2. Kinh doanh khách sạn.....</i>	<i>9</i>
1.3. Bản chất, đặc điểm của ngành kinh doanh khách sạn	10
<i>1.3.1. Bản chất của ngành kinh doanh khách sạn.....</i>	<i>10</i>
<i>1.3.2. Đặc điểm của ngành kinh doanh khách sạn.....</i>	<i>12</i>
1.4. Nhiệm vụ của hoạt động kinh doanh khách sạn	15
1.5. Vai trò của kinh doanh khách sạn.....	15
1.6. Cơ sở vật chất kỹ thuật và các dịch vụ trong khách sạn	16
<i>1.6.1. Cơ sở vật chất kỹ thuật trong khách sạn.....</i>	<i>16</i>
<i>1.6.2. Các dịch vụ trong khách sạn.....</i>	<i>21</i>
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ DU LỊCH TẠI KHÁCH SẠN SAO BIỂN.....	22
2.1. Khái quát về khách sạn Sao Biển	22
<i>2.1.1. Sự ra đời và phát triển của khách sạn Sao Biển.....</i>	<i>22</i>
<i>2.1.2. Một số nét về khách sạn Sao Biển.....</i>	<i>23</i>
2.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của các bộ phận trong khách sạn Sao Biển	32
<i>2.2.1. Lượng khách của khách sạn</i>	<i>32</i>
<i>2.2.2. Tình hình hoạt động của các bộ phận chủ yếu trong khách sạn.....</i>	<i>33</i>

2.3. Kết quả kinh doanh của một số bộ phận trong khách sạn Sao Biển	50
<i>2.3.1. Kết quả kinh doanh dịch vụ lưu trú.</i>	<i>51</i>
<i>2.3.2. Kết quả kinh doanh dịch vụ ăn uống.</i>	<i>51</i>
<i>2.3.3. Kết quả kinh doanh dịch vụ bổ sung khác.....</i>	<i>52</i>
2.4. Đánh giá chung về thực trạng hoạt động kinh doanh của khách sạn	53
<i>2.4.1. Những ưu điểm mà khách sạn cần đẩy mạnh và phát huy.....</i>	<i>53</i>
<i>2.4.2. Những nhược điểm cần khắc phục</i>	<i>55</i>
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ DU LỊCH TẠI KHÁCH SẠN SAO BIỂN.....	57
3.1. Định hướng phát triển kinh doanh của khách sạn.....	57
❖ <i>Phương hướng chung.....</i>	<i>57</i>
❖ <i>Mục tiêu.</i>	<i>58</i>
3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao hoạt động kinh doanh tại khách sạn Sao Biển.....	58
<i>3.2.1. Xác định rõ thị trường mục tiêu và thị trường tiềm năng, đẩy mạnh hoạt động marketing.....</i>	<i>58</i>
<i>3.2.2. Nâng cao chất lượng phục vụ.....</i>	<i>60</i>
<i>3.2.3. Hoàn thiện các dịch vụ bổ sung</i>	<i>62</i>
<i>3.2.4. Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động.....</i>	<i>64</i>
<i>3.2.5. Tăng cường cơ sở vật chất kỹ thuật, trang thiết bị tiện nghi.</i>	<i>66</i>
KẾT LUẬN	68
TÀI LIỆU THAM KHẢO	69
PHỤ LỤC.....	70

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài.

Ngày nay với xu thế toàn cầu hoá và sự chuyển đổi của nền kinh tế thị trường cùng với sự phát triển mạnh mẽ của khoa học công nghệ. Nó thâm nhập vào mọi lĩnh vực đời sống xã hội, làm thay đổi rõ rệt bộ mặt đời sống của con người. Khi đời sống được nâng cao, thì nhu cầu của con người cũng tăng theo. Du lịch cũng không nằm ngoài và đã trở thành nhu cầu phổ biến của con người. Số người đi du lịch ngày càng tăng, không chỉ có những người có mức sống cao mới đi du lịch mà ngay cả những người có thu nhập trung bình và thấp cũng thấy nhu cầu đi du lịch là cần thiết.

Bởi vậy du lịch đã góp phần quan trọng cải thiện đời sống kinh tế xã hội và chất lượng cuộc sống của người dân nhiều quốc gia trên thế giới. Du lịch được coi là ngành công nghiệp không khói- một ngành có khả năng giải quyết một số lượng lớn công ăn việc làm cho người dân và đem lại nguồn thu ngoại tệ lớn đối với đất nước. Mặt khác du lịch được xem là cầu nối giữa các quốc gia, kết nối tình hữu nghị giữa các dân tộc trên thế giới.

Những năm gần đây ngành du lịch Việt Nam được xác định là một ngành kinh tế tổng hợp và có nội dung văn hoá sâu sắc, có tính liên ngành, liên vùng và xã hội hoá cao, góp phần nâng cao dân trí tạo công ăn việc làm và phát triển kinh tế xã hội của đất nước. Điều đó được khẳng định trong nghị quyết đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ 9 của Đảng. Đề ra các mục tiêu phát triển du lịch đến năm 2010 như sau: “Nâng cao chất lượng, quy mô và hiệu quả hoạt động du lịch, liên kết chặt chẽ với các ngành có liên quan đến hoạt động du lịch để đầu tư và phát triển một số khu du lịch tổng hợp và trọng điểm. Đưa ngành du lịch trở thành ngành mũi nhọn, phát triển và đa dạng hoá các loại hình và các điểm du lịch sinh thái, du lịch văn hoá, lịch sử thể thao, hấp dẫn du khách trong và ngoài nước. Xây dựng và nâng cấp cơ sở vật chất kĩ thuật đẩy mạnh hoạt động liên kết với các nước trong khu vực

du lịch. Các mục tiêu này đã được cụ thể hoá thành các chiến lược để phát triển du lịch trong giai đoạn từ 2001-2010. Cụ thể là số lượng khách quốc tế đến năm 2010 sẽ đón 5.5 đến 6.5 triệu khách tăng 3 lần so với năm 2000 nhịp độ tăng trưởng bình quân là 11,44% và 25 triệu lượt khách nội địa tăng gấp 2 lần so với năm 2000. Phần đầu đến năm 2010 chiếm 5,3% trong GDP của cả nước, tốc độ GDP của du lịch bình quân thời kì 2001 đến 2010 là 11% đến 11,5% tăng trưởng đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất ngành du lịch đến năm 2010 sẽ có khoảng 13.000 phòng khách sạn cần xây dựng mới, trong thời kì 2006 đến năm 2010 là 50.000 phòng” [10]

Trong những năm qua ngành du lịch Việt Nam nói chung và ngành du lịch của Hải Phòng nói riêng đã có những đóng góp đáng kể cho nền kinh tế quốc dân. Kết quả tăng trưởng của ngành du lịch phải kể đến sự đóng góp của hoạt động kinh doanh khách sạn. Hiện nay nước ta đã có số lượng lớn các khách sạn, nhà hàng, nhà nghỉ, đủ năng lực phục vụ khách du lịch, đáp ứng các nhu cầu về dịch vụ du lịch. Điều này dẫn đến tình trạng cạnh tranh gay gắt giữa các doanh nghiệp khách sạn trên cùng địa bàn. Để tồn tại và phát triển mỗi doanh nghiệp khách sạn phải hết sức nỗ lực tìm mọi biện pháp để thu hút khách hàng đến với khách sạn của mình.

Xuất phát từ thực tế trên, cùng thời gian thực tập tại khách sạn Sao Biển đã giúp em có cái nhìn cụ thể hơn về ngành kinh doanh khách sạn, vì vậy em đã quyết định chọn đề tài “Tìm hiểu về hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch tại khách sạn Sao Biển”. Làm đề tài khoá luận tốt nghiệp của mình.

2. Mục đích, nhiệm vụ và giới hạn của đề tài.

- Mục đích: Tìm hiểu về hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch tại khách sạn Sao Biển.

- Nhiệm vụ nghiên cứu: Nêu lên những hiểu biết về hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch tại khách sạn Sao Biển, và đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao hoạt động dịch vụ du lịch cho khách sạn

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.

- Đối tượng nghiên cứu: Toàn bộ những hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch tại khách sạn Sao Biển
- Phạm vi nghiên cứu. Nghiên cứu các hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch tại khách sạn Sao Biển trong hai năm 2008 và 2009.

4. Phương pháp nghiên cứu.

Để nghiên cứu nội dung trên, đề tài sử dụng các phương pháp nghiên cứu cơ bản:

- Phương pháp thống kê.
- Phương pháp thu thập, xử lý thông tin.
- Phương pháp phân tích tổng hợp so sánh.
- Phương pháp sưu tầm, lựa chọn.

5. Kết cấu của khoá luận.

Nội dung bài khoá luận ngoài phần mở đầu và kết luận đề tài nghiên cứu được chia làm ba chương bao gồm :

Chương 1: Một số lí luận cơ bản về hoạt động kinh doanh dịch vụ khách sạn.

Chương 2: Thực trạng hoạt động kinh doanh dịch vụ du lịch tại khách sạn Sao Biển.

Chương 3: Một số giải pháp nhằm nâng cao hoạt động kinh doanh các dịch vụ du lịch tại khách sạn Sao Biển.

CHƯƠNG 1: MỘT SỐ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH KHÁCH SẠN

1.1. Sơ lược về sự hình thành và phát triển của ngành kinh doanh khách sạn.

1.1.1. Trên thế giới. [1]

1.1.1.1. Thế kỷ III- II TCN

Là thời kỳ đế chế Roma hưng thịnh, nền kinh tế hàng hoá mới ở giai đoạn manh nha song đã có những hoạt động khá sôi nổi. Những đồng tiền đầu tiên đã xuất hiện và nó là phương tiện để trao đổi các giá trị hàng hoá, sự giao lưu tiền với hàng hoá đã vượt những khoảng cách lớn.

- Về đường bộ: đi dọc theo khu vực sông Euphrat đến đất Afganistan, hơn thế theo “con đường tơ lụa” thương nhân đến từ các quốc gia Hy- La đến tận Trung Hoa cổ.

- Về đường thuỷ: Bằng những thuyền buôn lớn, thương nhân vượt qua biển Địa Trung Hải đến các quốc gia quanh vùng biển Ấn Độ, thậm chí đến đất Ai Cập, Constantinop và đất Ấn Độ... Thế kỉ thứ II trước Công nguyên, cùng với các đoàn thương nhân, các nhà truyền đạo cơ đốc giáo cũng theo các tuyến giao thông thuỷ bộ đến với các quốc gia quanh vùng biển Địa Trung Hải và các quốc gia xa xôi khác.

Như vậy các đoàn thương nhân, các đoàn giáo sĩ đã thực hiện những chuyến đi xa dài ngày, theo chu kì, các mùa trong năm. Trên những chặng đường nghỉ chân, quanh những nơi họ đến, họ rất cần những ngôi nhà ở để thuê trọ. Những ngôi “nhà trọ” với những dãy phòng ngủ rộng cho một nhóm nhỏ hoặc cho 1- 2 người, có phòng ăn và khu vệ sinh tập trung đầu tiên được hình thành. Thành nếp, người thuê trọ tăng lên, người chủ nhà cũng xây dựng nhiều thêm. Và hình thành những khách sạn đầu tiên. Vậy là khách sạn ra đời qua thương mại nó luôn song hành với sự phát triển của thương mại

1.1.1.2. Cuối thế kỉ XVII

Là thời kì nền kinh tế hàng hoá ngày càng phát triển, việc giao lưu thương mại thường xuyên hơn, mở rộng hơn, nhất là kể từ sau cuộc đại cách mạng công nghiệp của thế giới, khoa học kĩ thuật phát triển mạnh mẽ. Sản xuất hàng hoá tăng nhanh, những phương tiện giao thông vận tải ngày càng tiến bộ hơn trước (tàu hoả chạy bằng hơi nước, xe ô tô xuất hiện, tàu biển chạy bằng hơi nước...). Tạo điều kiện cho việc giao lưu thương mại, cũng như nhu cầu giao lưu, nhu cầu đi lại của con người được thuận tiện, dễ dàng hơn, chính vì vậy mà nhu cầu về khách sạn cũng tăng.

Khách sạn đã tăng cả về quy mô lẫn hình thức, thậm trí thời kì này cũng đã xuất hiện những công trình kiến trúc đẹp, đồ sộ, nhiều phòng tiện nghi, khép kín, không những ngày càng kiện toàn điều kiện ăn nghỉ cho khách, mà còn mở rộng thêm để hoàn thiện các chức năng công cộng khác như: đọc sách, đánh cờ, gặp mặt, liên hoan, khiêu vũ, chiêu đãi, nghe nhạc...

Đối tượng khách được mở rộng, không chỉ có thương nhân, giáo sĩ...mà còn có các doanh nhân, tỉ phú...

Cho nên đã xuất hiện nhiều loại hình khách sạn chuyên việ phục vụ từng đối tượng khách, từng yêu cầu công việ: khách sạn du lịch quốc tế, khách sạn du lịch nội địa, khách sạn phục vụ văn nghệ sĩ...Song song với các khách sạn trong các đô thị lớn, thành phố, thủ đô các nước, thì người ta còn xây dựng khách sạn ở các khu nghỉ mát, dưỡng bệnh: khu Artex (Nga), khu Mamaia (Rumani) nghỉ mát biển. Khu nhà nghỉ quanh hồ Balaton (Hungari)....

1.1.1.3. Những thập niên cuối thế kỉ XX

Tình hình thế giới có nhiều biến đổi, các nước trên thế giới đều có xu hướng hoà hoãn, hoà nhập, tăng cường giao lưu hợp tác làm ăn trên mọi phương diện. Khoa học công nghệ tăng nhanh chóng. Các phương tiện giao thông cũng tiến bộ vượt bậc (ô tô, tàu hoả, tàu biển được cải tiến nhiều, ra đời nhiều loại máy bay siêu tốc, siêu trọng lượng).

Nhiều tổ chức quốc tế về thương mại, nhiều khối buôn bán ra đời (EEC, ASEAN)

Những sự kiện này đã thúc đẩy mối quan hệ đi lại, làm việc giữa các quốc gia, các vùng quốc tế và toàn thế giới với nhau làm tăng lượng khách đến các vùng, các quốc gia => thúc đẩy xây dựng các loại khách sạn.

Vào những năm 1950 của thế kỉ XX, người ta gọi là “ kỉ nguyên vàng của khách sạn thế giới” => dẫn đến sự xuất hiện của nhiều tập đoàn khách sạn lớn.

1.1.2. Tại Việt Nam. [1]

1.1.2.1. Thời kì phong kiến.

Thời kì đầu của giai đoạn này, ở Việt Nam việc giao lưu thương mại cũng phát triển, một số các đô thị mọc lên ở các bên sông, ven bờ biển.

Thời đó giao thông kém phát triển, việc đi lại, vận chuyển hàng hoá chủ yếu theo đường thuỷ. Cho nên một số nhà khách: gồm các phòng ngủ có tiệt ăn được xây dựng chủ yếu để được giải quyết chỗ ở trọ cho thương nhân.

Cho đến những năm cuối thế kỉ XIX việc giao lưu thương mại giữa các nước trong vùng như Trung Hoa, Nhật Bản, Mã Lai...được các đời vua triều Nguyễn mở cửa bang buôn bán là chính. Một số khách sạn được tư nhân xây dựng tại Đà Nẵng, Hội An, Sài Gòn- Gia Định, Hải Phòng, Hà Nội...Nhất là từ khi Pháp vào nước ta, đường sắt, đường ô tô, các bến cảng được xây dựng nhiều, giao lưu buôn bán, vận chuyển hàng hoá thuận tiện, việc đi lại thuận lợi hơn trước.

Những khách sạn đầu tiên được Pháp xây dựng như ga Hàng Cỏ (phố Trần Hưng Đạo- Hà Nội). Khách sạn này được xây dựng đồng thời với việc hoàn thành ga Hàng Cỏ. Sau đó xây dựng thêm khách sạn Đồng Lợi và một vài khách sạn ở các thành phố như Nam Định, Huế, Hội An, Sài Gòn. Nói chung các khách sạn có cơ cấu đơn giản, thường xây 2-3 tầng, tiện nghi còn như “nhà trọ” bình dân.

1.1.2.2. Từ năm 1935-1942.

Người Pháp cho xây dựng những khách sạn lớn, tiện nghi sang trọng hơn như khách sạn Metropolitan (Khách sạn Thống Nhất và khách sạn Sofitel bây giờ- thực ra nó đã hoàn thành vào năm 1901 và có tên gọi là Grand Metropole), khách sạn Đồn Thủy, khách sạn Hải Quân (Hải Phòng) và một số khách sạn cạnh ga và cảng Sài Gòn.

Song song với việc xây dựng khách sạn trong các đô thị lớn nhỏ, chính quyền thực dân Pháp tại Việt Nam đã xây dựng nhiều khách sạn tại các đô thị và các vùng nghỉ mát trên núi và ven biển. Bước đầu đã có những cơ sở đào tạo nhân viên khách sạn: học phục vụ phòng, làm bếp Á- Âu, bánh mì và các kỹ thuật khác nhằm đáp ứng nhu cầu phục vụ kinh doanh khách sạn.

1.1.2.3. Giai đoạn từ 1945- 1954.

Cuộc kháng chiến chống thực dân Pháp nổ ra. Các loại khách sạn hầu như bỏ không. Có một số ít khách sạn tại các thành phố trở thành các trại lính, kèm theo là “nhà thổ” nơi phục vụ quân đội viễn chinh Pháp và cả ngụy quân người Việt.

1.1.2.4. Sau năm 1954

Đất nước chia làm 2 miền Nam Bắc. Miền Bắc độc lập, nước ta vừa chống Mỹ -Ngụy ở miền Nam vừa xây dựng miền Bắc xã hội chủ nghĩa. Xây dựng nền kinh tế bao cấp. Các thành phố được khôi phục, mở rộng, xây dựng theo hướng xã hội chủ nghĩa. Do việc thắt chặt quan hệ với các anh em trong phe xã hội chủ nghĩa nên cũng cần xây dựng và cải tạo, nâng cấp một số khách sạn: Nhà khách Chính phủ (phố Lê Thạch- Hà Nội), nhà khách Văn phòng Hội đồng Bộ trưởng (37 Hùng Vương), khách sạn Thống Nhất (Metropolitan cũ), khách sạn Hoà Bình (phố Phan Chu Trinh), một số nhà nghỉ, khách sạn, khách sạn ở các khu nghỉ mát như: Tam Đảo Đồ Sơn, Hải Phòng, Sầm Sơn, thành phố Vinh, Nam Định...

Nói chung các khách sạn trong giai đoạn này cũng chỉ đáp ứng được các tiện nghi tối thiểu: ăn ở, vui chơi giải trí trong mức độ kinh tế bao cấp.

1.1.2.5. Từ năm 1975

Nước ta hoàn thành cuộc cách mạng dân tộc, thống nhất đất nước. Từ năm 1986 đất nước ta thực hiện công cuộc “đổi mới” do Đảng cộng sản Việt Nam phát động với chủ trương “mở cửa”, nền kinh tế thị trường, và nhất là sự “hoà nhập” với các nước trong khu vực và thế giới. Nhưng yếu tố này đã là động lực to lớn đẩy nhanh sự phát triển kinh tế xã hội ở nước ta, sự “mở cửa” là tiền đề tạo lập nhiều mối quan hệ quốc tế, rất nhiều đoàn khách đến nước ta tham quan, công tác và làm ăn ở các thành phố lớn. Nhất là năm 1999- 2000 là hai năm du lịch thì yêu cầu xây dựng khách sạn ngày càng cần thiết và đòi hỏi cao hơn. Từ năm 1986 đến nay đã có hàng trăm, hàng ngàn khách sạn được xây dựng ở nước ta.

1.2. Khách sạn và kinh doanh khách sạn. [6]

1.2.1. Khái niệm khách sạn.

Khách sạn là một loại hình tổ chức lưu trú, là một khâu đóng vai trò quan trọng trong kinh doanh du lịch. Khi nói đến khách sạn người ra sẽ hiểu cơ bản rằng khách sạn là cơ sở kinh doanh về dịch vụ lưu trú. Do nhu cầu ngày càng đa dạng, đồng thời các chủ doanh nghiệp muốn mở rộng phạm vi của mình nên ngoài dịch vụ lưu trú, khách sạn còn kinh doanh các dịch vụ ăn uống và các dịch vụ bổ sung khác.

Như vậy “Khách sạn là cơ sở kinh doanh phục vụ khách lưu trú trong một thời gian ngắn, đáp ứng các nhu cầu về ăn uống, nghỉ ngơi, vui chơi giải trí và các dịch vụ bổ sung khác. Chất lượng và sự đa dạng các dịch vụ hoạt động trong khách sạn xác định thứ hạng của nó. Mục đích hoạt động của kinh doanh khách sạn là thu được lợi nhuận” (Nguyễn Phương Anh- Giáo trình giảng dạy môn quản trị khách sạn du lịch).

Có thể nói khách sạn chính là một loại cơ sở lưu trú không những đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, ăn uống mà còn làm thoả mãn các nhu cầu đa dạng

khác của các loại khách du lịch từ các nước khác nhau, trình độ nghề nghiệp với các mục đích khác nhau.

1.2.2 Kinh doanh khách sạn.

Cuối thế kỉ 18 đầu thế kỉ 19 đã đánh dấu bước ngoặt của hoạt động kinh doanh khách sạn. Nguyên nhân hình thành bước ngoặt là sự hình thành hình thái kinh tế xã hội mới “Tư bản chủ nghĩa”. Các trung tâm thương nghiệp mới và các phương tiện giao thông đường thủy, đường sắt thuận tiện đòi hỏi sự phát triển rộng rãi hoạt động kinh doanh khách sạn. Dần dần theo thời gian cùng với nhu cầu phong phú đa dạng của khách, hoạt động kinh doanh khách sạn ngày càng mở rộng và phong phú hơn. Kinh doanh khách sạn là một trong những hoạt động chính của ngành kinh doanh du lịch và thực hiện nhiệm vụ của mình trong khuôn khổ của ngành. Vì vậy ta có thể hiểu kinh doanh khách sạn như sau:

Kinh doanh khách sạn là một ngành kinh doanh chủ yếu trong kinh doanh du lịch. Khi nói đến kinh doanh du lịch không thể không nói đến kinh doanh khách sạn.

Kinh doanh khách sạn thực chất là kinh doanh các dịch vụ ăn uống, lưu trú và các dịch vụ bổ sung khác cho khách trong thời gian khách đến du lịch hay làm việc tại một điểm, một vùng hoặc một đất nước.

Kinh doanh khách sạn là một mắt xích quan trọng không thể thiếu trong mạng lưới du lịch của các quốc gia và các điểm du lịch, và cũng chính hoạt động kinh doanh khách sạn đã đem lại nguồn lợi đáng kể cho nền kinh tế quốc dân như là nguồn ngoại tệ lớn, giải quyết công ăn việc làm, hoạt động kinh doanh khách sạn là hoạt động có hiệu quả nhất trong ngành du lịch, hoạt động kinh doanh khách sạn phát triển mạnh mẽ còn làm thay đổi cơ cấu đầu tư, tăng thu nhập cho các vùng, địa phương...

Có thể nói loại hình kinh doanh khách sạn này là một hình thức kinh doanh trong một nền công nghiệp mang tính chất cạnh tranh lớn. Do đó việc quản lý rất quan trọng và mang tính quyết định đối với sự thành công. Có

những khách sạn là công trình lớn, hiện đại nhưng vấn đề quan trọng hơn cả đối với ngành khách sạn vẫn là phục vụ khách. Hoạt động khách sạn rất đa dạng, đôi lúc có cường độ cao, nhưng có lúc lại vắng khách.

Như vậy kinh doanh khách sạn phải bao gồm đồng thời 3 hoạt động:

- Kinh doanh dịch vụ lưu trú.
- Kinh doanh dịch vụ ăn uống.
- Kinh doanh các dịch vụ bổ sung.

1.3. Bản chất, đặc điểm của ngành kinh doanh khách sạn. [6]

1.3.1. Bản chất của ngành kinh doanh khách sạn

Khi xem xét bản chất khách sạn cần phân biệt rõ hai hoạt động kinh doanh cơ bản của khách sạn:

- Kinh doanh dịch vụ lưu trú.
- Kinh doanh dịch vụ ăn uống.

Hai loại dịch vụ này được gọi chung là dịch vụ cơ bản. Ngoài ra còn có các loại hình dịch vụ bổ sung.

+ Đối với dịch vụ lưu trú:

Khách sạn cung cấp trực tiếp cho khách các nhu cầu về dịch vụ lưu trú có tính phi vật chất. Trong quá trình “tạo ra” và “cung cấp” cho các loại hình này khách sạn không tạo ra sản phẩm mới và giá trị mới.

Sự khác nhau giữa giá cả và giá trị của các dịch vụ này là sự phân chia nguồn thu nhập xã hội được tạo ra từ các ngành khác (các ngành sản xuất vật chất).

Nếu đối tượng phục vụ là khách nước ngoài thì ngành khách sạn thực hiện việc phân chia nguồn thu nhập giữa các nước và làm tăng thu nhập cho nước đó.

Vì lý do này mà ngành khách sạn được coi là ngành sản xuất phi vật chất.

+ Đối với dịch vụ ăn uống:

Khách sạn sản xuất món ăn, đồ uống phục vụ khách. Loại hình này thực hiện đồng thời 3 chức năng cơ bản sau:

- Chức năng sản xuất vật chất: Sản xuất, chế biến ra các món ăn, đồ uống phục vụ khách. Trong quá trình này đã tạo ra giá trị và sản phẩm mới.

- Chức năng lưu thông: Thực hiện bán các sản phẩm do chính khách sạn sản xuất ra hoặc bán những sản phẩm của các ngành: hoa quả, bánh kẹo, rượu bia... cho khách.

- Chức năng tổ chức tiêu thụ sản phẩm: Tạo ra điều kiện cần thiết với tiện nghi đầy đủ, chất lượng phục vụ cao để khách tiêu thụ tại chỗ.

Ba chức năng này gắn bó chặt chẽ và phụ thuộc lẫn nhau, thiếu một trong ba chức năng này nó sẽ dẫn đến việc thay đổi hoàn toàn chất lượng của hoạt động khách sạn.

+ Đối với các dịch vụ bổ sung.

Loại hình dịch vụ này ngày càng phát triển về số lượng cũng như chất lượng và thể loại. Các dịch vụ bổ sung có thể được chia thành:

❖ Dịch vụ đáp ứng nhu cầu cần thiết cho sinh hoạt thường ngày của khách.

- Thông tin các loại: Cơ sở vui chơi giải trí, mua bán hàng hoá, đồ lưu niệm, thông tin về kinh tế, chính trị, xã hội....

- Dịch vụ môi giới: Đăng kí vé máy bay, tàu xe, visa, hộ chiếu...

- Dịch vụ sinh hoạt: Giặt là, đổi ngoại tệ...

- Dịch vụ giao thông: Trông coi phương tiện, cho thuê ô tô.

❖ Dịch vụ phục vụ khách có khả năng thanh toán cao.

- Tổ chức hội thảo, triển lãm, trưng bày.

- Tổ chức tham quan khách sạn, địa phương.

- Tổ chức chiếu phim, quảng cáo.

❖ Dịch vụ nâng cao tiện nghi sinh hoạt cho khách nghỉ tại khách sạn:

- Phục vụ ăn uống tại phòng.

- Tổ chức các cuộc tiếp xúc, giao dịch của khách

- Tổ chức chữa bệnh, thẩm mỹ, massage tại phòng khách.

- Đặt phòng các tiện nghi như tivi, minibar, máy fax, vi tính....

- Phòng tập thể hình, bể bơi, tắm hơi...

❖ Dịch vụ đặc biệt.

Dịch vụ phục vụ người tàn tật: Xe đẩy, thang máy, phòng ngủ, giường....

Giữa dịch vụ cơ bản và dịch vụ bổ sung có mối quan hệ mật thiết với nhau, dịch vụ này phát triển kéo theo sự phát triển của dịch vụ kia và tỉ lệ giữa hai loại hình dịch vụ này là yếu tố quan trọng trong việc phân tích chỉ tiêu của khách từ đó mới có thể đánh giá được hiệu quả kinh doanh của khách sạn.

Kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn không chỉ đơn thuần là kết quả kinh doanh của từng bộ phận lưu trú và ăn uống mà là hiệu quả tổng hợp bao gồm cả dịch vụ bổ sung.

1.3.2. Đặc điểm của ngành kinh doanh khách sạn

1.3.2.1. Đặc điểm của sản phẩm khách sạn.

Sản phẩm khách sạn được tạo ra bởi sự tổng hợp của nhiều ngành kinh doanh khác nhau như kinh doanh lưu trú, dịch vụ ăn uống, bưu chính viễn thông, thủ công mỹ nghệ, giao thông vận tải...Nói cách khác, kinh doanh khách sạn là một ngành kinh tế tổng hợp.

Sản phẩm trong kinh doanh khách sạn bản thân chúng không thể là yếu tố gây ảnh hưởng cho mục đích chuyến đi nhưng nếu thiếu thì chuyến đi không thể thực hiện được. Chính vì vậy mà “chỉ riêng một khách sạn không làm lên du lịch” (Krapf- 1960). Nhưng nó góp phần làm cho chuyến đi thành công.

Sản phẩm khách sạn được tạo ra ở một địa điểm cố định, muốn thưởng thức nó du khách phải đến tận nơi. Điều đó có nghĩa là sản phẩm khách sạn được bán cho khách trước khi họ nhìn thấy sản phẩm đó.

Các sản phẩm của khách sạn thường ở xa nơi thường trú của khách hàng, do đó cần phải có một hệ thống phân phối qua việc sử dụng các đơn vị trung gian (như các công ty lữ hành hay các đại lý du lịch...)

Sản phẩm của khách sạn bao gồm toàn bộ các hoạt động dịch vụ diễn ra trong một quá trình từ khi thực sự nghe yêu cầu đầu tiên của khách cho đến khi khách ra khỏi khách sạn.

Sản phẩm khách sạn có tính vô hình, không chuyển nhượng, không cân đo đong đếm, điều đó gây khó khăn trong quản lý kinh doanh. Có sự trùng nhau giữa quá trình tạo ra du lịch với tiêu dùng du lịch nên sản phẩm khách sạn có tính chất tươi sống, không lưu kho, cất giữ, không có khả năng loại bỏ phế phẩm. Độ mạo hiểm tiêu dùng sản phẩm cao.

Chất lượng của các hoạt động dịch vụ trong khách sạn rất khó thẩm định chỉ có thể đánh giá thông qua khách hàng.

Sản phẩm kinh doanh khách sạn khác với sản phẩm vật chất ở sự tham gia của người sử dụng. Sản phẩm vật chất có thể được tạo ra mà không cần sự tham gia của khách hàng còn đối với sản phẩm kinh doanh khách sạn thì không thể tạo ra mà không có sự tham gia của khách hàng.

1.3.2.2. Đặc điểm của hoạt động kinh doanh khách sạn.

1.3.2.2.1. Kinh doanh khách sạn phụ thuộc vào tài nguyên du lịch: giá trị và sức hấp dẫn của tài nguyên cũng như khả năng tiếp cận của tài nguyên sẽ quyết định đến quy mô và hiệu quả của các ngành kinh doanh khách sạn.

1.3.2.2.2. Kinh doanh khách sạn mang tính quy luật: Đó là các quy luật tự nhiên (tính thời vụ), quy luật kinh tế, chính trị, xã hội, tâm lý...

Giá phòng của khách sạn thường xuyên thay đổi theo sự vận động nhu cầu của khách du lịch.

Vị trí của khách sạn sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh và giá bán của sản phẩm trong khách sạn. Khách sạn có lợi thế về vị trí là khách sạn gần các trung tâm thương mại, đầu mối giao thông thuận lợi cho việc đi lại, tham quan của khách.

1.3.2.2.3. Chi phí hoạt động: Dung lượng vốn lớn, tỷ trọng vốn cố định trên tồn vốn lớn do:

- Chi phí đầu tư xây dựng cơ bản cao.

- Cơ sở vật chất trang thiết bị đòi hỏi luôn phải hiện đại, sang trọng trên tiện nghi được duy trì, thường xuyên phải nâng cấp, bảo trì.

- Hoạt động có tính thời vụ do đó đòi hỏi chi phí phục hồi, chi phí bảo quản và vận hành cho từng thời vụ.

Lao động: Khách sạn thu hút một số lượng lao động lớn thường là lao động trẻ vì hoạt động chủ yếu của khách sạn là hoạt động dịch vụ. Lao động sống trong khách sạn chiếm tỷ trọng chính, gồm nhiều ngành nghề, nhiệm vụ khác nhau như: Vệ sinh, bồi bàn, thợ sửa chữa, giặt là....

Đối tượng phục vụ rất đa dạng với cơ cấu xã hội khác nhau (dân tộc, giới tính, tuổi tác, nghề nghiệp, vị trí xã hội...), nhận thức, sở thích, phong tục tập quán, lối sống khác nhau.

Tính chất phục vụ: Hoạt động kinh doanh khách sạn diễn ra một cách liên tục bất kể khi nào có khách thì đội ngũ nhân viên đều sẵn sàng phục vụ. Do đặc thù về tính chất công việc nên đội ngũ lao động trực tiếp phải chia ca làm việc nhằm đảm bảo phục vụ khách 24/24 (chia làm 3 ca).

Cường độ và tính chất công việc: Khách sạn kinh doanh 8760 giờ trong 1 năm. Kinh doanh khách sạn cũng có tính mùa vụ. Tính mùa vụ của kinh doanh khách sạn không chỉ theo mùa mà nó còn phụ thuộc vào từng tháng, từng tuần, từng ngày và từng giờ. Thời gian đông khách thường tập trung vào khoảng từ tháng 10 đến tháng 12. Vào những ngày nghỉ, ngày lễ, đầu tuần thường vắng khách hơn cuối tuần.

Tính tổng hợp và phức tạp trong quá trình hoạt động kinh doanh của khách sạn là tổng hợp các loại hình kinh doanh khác nhau thực hiện các chức năng khác nhau, trong đó chức năng chính là kinh doanh lưu trú, ăn uống.

Trong khách sạn từng bộ phận nghiệp vụ hoạt động có tính chất độc lập tương đối trong quy trình phục vụ. Điều này cho phép thực hiện các hình thức khoán và hoạch toán ở từng khâu nghiệp vụ nhưng đồng thời cũng cần có sự điều chỉnh phối hợp hoạt động lợi ích của từng bộ phận và mỗi thành viên của khách sạn để tạo ra hiệu quả cao hơn

1.4. Nhiệm vụ của hoạt động kinh doanh khách sạn.

Cung ứng các dịch vụ lưu trú, ăn uống và các dịch vụ bổ sung khác cho mọi đối tượng khách tại điểm du lịch với chất lượng cao.

Phải nghiêm chỉnh chấp hành các quy định, luật lệ của nhà nước về kinh doanh khách sạn, chịu sự quản lý của nhà nước về các hoạt động kinh doanh của mình.

Tổ chức hạch toán kinh tế và sử dụng một cách có hiệu quả, tiết kiệm các nguồn lực của khách sạn.

Bảo vệ tốt môi trường sinh thái và môi trường xã hội.

1.5. Vai trò của kinh doanh khách sạn. [6]

+ Đối với khách:

Khách sạn là cơ sở lưu trú, phục vụ và đáp ứng, thoả mãn mọi nhu cầu của khách không những về chỗ nghỉ ngơi ăn uống mà còn có các dịch vụ khác như vui chơi giải trí, các cuộc hội họp, phương tiện đi lại...trong suốt thời gian họ lưu trú. Vì vậy khách sạn đóng vai trò rất quan trọng trong sự thành bại của chuyến đi, chuyến công tác của khách.

+ Đối với kinh doanh du lịch :

Đóng góp hơn 75% tổng doanh thu của toàn ngành du lịch. Đây chính là nguồn thu chủ yếu của ngành. Kinh doanh khách sạn phát triển sẽ góp phần không nhỏ cho sự phát triển của ngành du lịch.

+ Đối với nền kinh tế :

Kinh doanh khách sạn đóng góp cho nền kinh tế quốc dân rất lớn, đặc biệt là nguồn thu ngoại tệ.

Sử dụng khối lượng vật tư, hàng hoá trong nước lớn để kinh doanh. Do đó sự phát triển của ngành khách sạn sẽ có ảnh hưởng tích cực tới sự phát triển của các ngành trong nền kinh tế quốc dân.

Kinh doanh khách sạn góp phần huy động nguồn tiền nhàn rỗi trong nhân dân, vòng quay của vốn lưu động nhanh và hiệu quả.

Kinh doanh khách sạn quốc tế chính là hình thức xuất khẩu tại chỗ rất hiệu quả so với ngành ngoại thương vì đa số hàng hoá sẽ được bán với giá bán lẻ không mất chi phí vận chuyển bảo hiểm đóng gói.

+ Về mặt xã hội :

Kinh doanh khách sạn góp phần tái sản xuất sức lao động (cả về vật chất và tinh thần cho cá nhân và cho xã hội).

Kinh doanh khách sạn góp phần tạo việc làm cho dân cư địa phương vì kinh doanh khách sạn đòi hỏi sử dụng một số lượng lao động lớn.

Góp phần tái phân chia nguồn thu nhập trong các tầng lớp dân cư và tái thu nhập từ vùng này sang vùng khác.

Khách sạn là nơi tạo điều kiện khai thác tiềm năng du lịch tự nhiên và nhân văn của địa phương, đất nước bởi trong thời gian lưu trú khách luôn có nhu cầu tham quan các danh thắng, di tích tại điểm du lịch.

Kinh doanh khách sạn góp phần củng cố mối quan hệ giữa các quốc gia, tăng thêm tình hữu nghị giữa các dân tộc.

Kinh doanh khách sạn góp phần quảng bá về đất nước và con người ở sở tại.

1.6. Cơ sở vật chất kĩ thuật và các dịch vụ trong khách sạn. [5]

1.6.1. Cơ sở vật chất kĩ thuật.

Cơ sở vật chất kĩ thuật là điều kiện vật chất cho quá trình kinh doanh được thực hiện, cùng với tài nguyên du lịch đó là điều kiện quyết định tới sự phát triển của các thể loại du lịch để đáp ứng nhu cầu của khách. Ngoài ra nó còn quyết định tới phương thức tổ chức lao động, cách thức tổ chức các hoạt động sản xuất kinh doanh của khách sạn. Cơ sở vật chất kĩ thuật là yếu tố quan trọng tác động đến việc nâng cao năng suất lao động, chất lượng phục vụ và hiệu quả kinh doanh. Vì vậy cơ sở vật chất kĩ thuật là một trong những cơ sở quan trọng để phân loại và xếp hạng khách sạn.

Trong kinh doanh khách sạn cơ sở vật chất kĩ thuật bao gồm toàn bộ các phương tiện vật chất và tư liệu để sản xuất, bán và tổ chức tiêu dùng các dịch vụ, hàng hoá nhằm đáp ứng nhu cầu về lưu trú ăn uống và các nhu cầu

bổ sung khác của khách du lịch. Cơ sở vật chất trong khách sạn được chia là 4 nhóm chính:

- Cơ sở vật chất kỹ thuật tại bộ phận đón tiếp.
- Cơ sở vật chất kỹ thuật tại bộ phận kinh doanh ăn uống (nhà hàng).
- Cơ sở vật chất kỹ thuật tại bộ phận lưu trú (buồng phòng).
- Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ các dịch vụ bổ sung...

1.6.1.1. Cơ sở vật chất kỹ thuật tại bộ phận đón tiếp.

Bộ phận đón tiếp là nơi đầu tiên có sự tiếp xúc giữa khách với khách sạn. Đó là nơi đăng kí nhận khách và giới thiệu các dịch vụ, nó biểu hiện bộ mặt khách sạn và tạo ấn tượng đầu tiên khi khách tới khách sạn.

Vì vậy bộ phận này cần phải được bố trí hợp lý gần cửa ra vào, có tầm nhìn bao quát. Đồng thời phải rộng rãi thoáng mát, trang thiết bị phải đầy đủ, tiện nghi đảm bảo mỹ thuật và trang trọng để tạo cho khách ấn tượng tốt ngay từ ban đầu.

Quầy lễ tân là nơi làm việc của nhân viên lễ tân thường có hình vòng cung và có diện tích từ 5 đến 15m² tùy theo quy mô khách sạn. Phía sau quầy thường có tủ đựng chìa khoá, giấy tờ của khách, sổ sách và một số trang thiết bị khác như đồng hồ với các múi giờ khác nhau trên thế giới, điện thoại, máy vi tính, máy đếm tiền, máy thanh toán thẻ tín dụng, quốc kỳ các nước trên thế giới...

Phòng đợi là nơi dành cho khách lúc làm thủ tục, thường được bố trí một hệ thống bàn ghế và một số phương tiện giải trí khác như tivi, cassette. Ngoài ra trong phòng đợi còn có cây cảnh, chậu hoa, tranh treo tường, bể cá...

1.6.1.2. Cơ sở vật chất tại bộ phận buồng (phòng)

Bộ phận buồng là nơi phục vụ lưu trú, nơi kinh doanh chủ yếu của khách sạn. Bộ phận này sẽ đáp ứng nhu cầu cơ bản của khách vì vậy mà cơ sở vật chất kỹ thuật của nó sẽ ảnh hưởng lớn đến chất lượng phục vụ của khách sạn. Trong khu vực của bộ phận buồng thường có khu vực phòng ở của khách, phòng là việc của nhân viên, phòng đồ đạc.

Phòng ở của khách thường được trang bị đầy đủ các trang thiết bị tiện nghi cần thiết cho sinh hoạt hằng ngày, nó tương đương như các thiết bị trong sinh hoạt của gia đình. Tuy nhiên tùy theo mức độ hiện đại, thứ hạng của khách sạn mà số lượng và chất lượng các trang thiết bị tiện nghi có khác nhau. Nói chung cách thiết kế phòng ngủ và cách bài trí sắp xếp và tiện nghi sẽ tạo ra sự hào nhoáng, sự hấp dẫn riêng cho khách sạn góp phần nâng cao điều kiện đón tiếp khách du lịch.

❖ Đối với khách sạn 1,2 sao trang thiết bị buồng cần đạt tiêu chuẩn:

- Đồ gỗ có thể dùng đồ bán sẵn không bị xước, đồng màu với các trang thiết bị khác trong phòng (không nên dùng bàn, ghế nhựa).

- Đồ vải: ga bọc đệm bọc gối phải dùng vải cotton trắng, không để xảy ra tình trạng bị ố, thủng. Rỉđô 2 lớp, lớp dày có thể dùng bằng vải thun. Tấm phủ giường có thể dùng vải thun. Rỉđo, tấm phủ giường phải dùng gam màu phù hợp với màu trang thiết bị khác của tường. Khăn mặt, khăn tắm bằng sợi bông trắng, không để xảy ra tình trạng bị ngả màu.

- Đồ điện: Có thể sử dụng điều hoà hai chiều riêng cho từng phòng, không có tiếng ồn, không bị rò rỉ, vô tuyến có thể dùng loại 14 inch, tủ lạnh 50 lít. Các loại đồ điện luôn đảm bảo hoạt động tốt.

- Đồ sành sứ, thủy tinh: Các tách có thể sử dụng loại bán sẵn nhưng cần đảm bảo đồng bộ.

- Trang thiết bị, phòng vệ sinh phải được trang bị đầy đủ như: Lavabo, bồn cầu, vòi tắm, móc treo quần áo khi tắm, xà phòng tắm, cốc đánh răng, bàn chải, kềm đánh răng, hộp đựng giấy vệ sinh và cuộn giấy vệ sinh, sọt đựng rác nhựa có nắp. Tất cả có thể sử dụng hàng sản xuất tại địa phương, không để tình trạng ố nứt.

❖ Đối với khách sạn 3,4,5 sao yêu cầu:

- Đồ gỗ chất lượng cao thiết kế kiểu dáng dạng đồng bộ về màu sắc kiểu dáng, kích cỡ và đồng màu với trang thiết bị khác trong phòng thể hiện được sự trang trọng và lịch sự.

- Đồ vải: Đệm dùng loại dày 20cm, độ đàn hồi tốt. Ga (bọc đệm, gối) dùng vải cotton trắng. Rìdo 2 lớp: Lớp dày có thể dùng bằng vải thô, cứng, lớp mỏng bằng ren trắng. Tấm phủ giường bằng vải thô dày (hoặc trần bông). Tấm mìn có khả năng chống cháy. Rìdo tấm phủ giường, tấm trải phải cùng gam màu, phù hợp với màu trang thiết bị khác và màu tường. Khăn mặt, khăn tắm bằng sợi bông trắng có in chìm biểu tượng và tên của khách sạn.

- Đồ điện nên dùng điều hoà trung tâm, vô tuyến từ 31 Inch trở lên, tủ lạnh nhỏ 50 lít, radio cassette hoặc hệ thống nhạc trung tâm của khách sạn, ổ khóa điện tử, dùng thẻ. Các loại đồ điện nên sử dụng đồ của các hãng có chất lượng tốt.

- Đồ sành sứ, thủy tinh: Cốc tách nên sử dụng loại men trắng, có in biểu tượng và tên của khách sạn.

- Trang thiết bị phòng vệ sinh phải được trang bị đầy đủ như: Bồn tắm 50% tổng số buồng đối với khách sạn 3 sao và 100% tổng số buồng đối với khách sạn 4 sao và 5 sao. Điện thoại, máy sấy tóc, nút gọi cấp cứu, màn che bồn tắm, nước gội đầu, bông ngoáy tai, bàn chải, thuốc đánh răng, bàn cạo râu. Đối với khách sạn 4 sao và 5 sao cần có thêm mũ tắm, áo choàng sau khi tắm, thiết bị vệ sinh cho phụ nữ, dầu xoa da, cân kiểm tra sức khỏe.

- Trang thiết bị khác: Thiết bị báo cháy, tranh treo tường, bộ đồ ăn hoa quả, dụng cụ mở bia, mút đánh giày, máy fax cho trường hợp đặc biệt...

1.6.1.3. Cơ sở vật chất tại bộ phận kinh doanh ăn uống.

Kinh doanh ăn uống là hoạt động kinh doanh quan trọng thứ hai sau kinh doanh lưu trú bởi vì cùng với nhu cầu ngủ, nhu cầu ăn uống là nhu cầu thiết yếu của khách du lịch và doanh thu từ hoạt động kinh doanh ăn uống chiếm phần không nhỏ trong tổng doanh thu của khách sạn. Thông thường ở các khách sạn doanh thu từ kinh doanh ăn uống chỉ đứng sau doanh thu từ dịch vụ lưu trú.

Cơ sở vật chất trong khu vực này bao gồm cơ sở vật chất kỹ thuật của bộ phận bếp, phòng ăn, quầy bar...

Bếp là nơi chế biến món ăn, bếp thường được trang bị các dụng cụ phục vụ cho nấu nướng, chế biến và bảo quản thức ăn ngoài ra còn có tác dụng cụ thể để chứa đựng và thưởng thức các món ăn.

Phòng ăn là nơi để phục vụ ăn uống cho khách, đối với khách sạn 1,2,3 sao thì nhà hàng phải đạt tiêu chuẩn sau:

- Phòng ăn phải được thiết kế có thẩm mỹ.
- Được trang bị đầy đủ như bàn ghế phục vụ khách, khăn trải bàn, các thiết bị chiếu sáng...
- Quầy bar thường được bố trí trong phòng ăn là nơi để pha chế và bán đồ uống phục vụ khách.
- Bếp phải có các phương tiện sau: Tường ốp gạch men sứ, cao tối thiểu 2m, sơn lát vật liệu chống trơn. Có hệ thống thông gió tốt. Riêng đối với khách sạn 3 sao có thêm khu vực chế biến thức ăn nóng, nguội riêng. Dây chuyền chế biến đảm bảo thuận tiện.

Đối với khách sạn 4,5 sao thì nhà hàng phải đạt tiêu chuẩn sau đây:

- Phòng ăn phải được thiết kế nội thất tốt, đồng bộ, thẩm mỹ.
- Vị trí phòng ăn không tách rời khu ở. Trong phòng ăn phải được trang bị đầy đủ như: Bàn ghế phục vụ khách, khăn trải bàn, khăn ăn. Các trang thiết bị trang trí như đèn chiếu sáng, đèn tạo màu, chậu hoa, cây cảnh, trang treo tường. Riêng khách sạn 4,5 sao có các phòng ăn Âu, Á, các phòng tiệc, phòng ăn đặc sản...

1.6.1.4. Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ các dịch vụ bổ sung.

Dịch vụ bổ sung có vai trò quan trọng, nó không những làm phong phú thêm nguồn thu trong khách sạn, trong khi kinh doanh từ dịch vụ lưu trú và ăn uống cho một khách gần như không đổi thì khách sạn có thể tăng doanh thu bằng cách tăng thêm các dịch vụ bổ sung cả về số lượng và chất

lượng. Ngay nay dịch vụ bổ sung còn là một trong những yếu tố để tạo nên sức hấp dẫn để thu hút khách.

1.6.2. Các dịch vụ trong khách sạn. [6]

1.6.2.1. Các dịch vụ chính.

- Dịch vụ lưu trú: Cung cấp cho khách những phòng ở đã được chuẩn bị sẵn tiện nghi. Đây là dịch vụ cơ bản nhất, sự phát triển của khách sạn trước hết phụ thuộc vào sự phát triển của loại dịch vụ này.

- Dịch vụ ăn uống: Sản xuất, bán và phục vụ cho khách các món ăn và đồ uống.

1.6.2.2. Các dịch vụ bổ sung.

Các dịch vụ đáp ứng nhu cầu bức thiết hàng ngày của khách, thông tin về điều kiện giải trí, dịch vụ sinh hoạt, dịch vụ môi giới, trông đồ, bán hàng.

Các dịch vụ nâng cao nhận thức của khách về địa phương, đất nước: chiếu phim, triển lãm, quảng cáo...

Dịch vụ đáp ứng yêu cầu của khách có khả năng thanh toán cao: Hướng dẫn viên du lịch, phiên dịch, thư kí...

Các dịch vụ đặc biệt: Phục vụ người tàn tật, dịch vụ trông giữ trẻ...

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG VỀ HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ DU LỊCH TẠI KHÁCH SẠN SAO BIỂN

2.1. Khái quát về khách sạn Sao Biển.

Tên khách sạn: Khách sạn Sao Biển

Tên giao dịch: Seastars International Hotel

Cơ quan chủ quản: Công ty CP đầu tư phát triển du lịch, thương mại Tân Hoàng Gia.

Sao hạng : 

Tổng số phòng 80 phòng.

Địa chỉ: 1/3 Lê Hồng Phong- Q. Ngô Quyền- Hải Phòng.

Điện thoại: 0313.556998 - Fax 0313.556888

Website: Seastarshotel.com

E.mail: seastarshotel@gmail.com

Khách sạn Sao Biển tọa lạc trên diện tích 1800m², tại khu trung tâm đô thị mới của thành phố Hải Phòng. Gần sân bay Cát Bi, cộng với khoảng đường trống rộng rãi. Từ đây chỉ trong khoảng cách bách bộ có thể dễ dàng đến những cơ quan hành chính của thành phố, trung tâm mua sắm, thương mại và khu vui chơi giải trí.

2.1.1. Sự ra đời và phát triển của khách sạn Sao Biển.

Chính nhu cầu về dịch vụ lưu trú của thị trường ngày càng tăng và chính sách mở cửa hội nhập nền kinh tế đã tạo điều kiện cho cá nhân, nhiều tổ chức quốc tế đầu tư, giao lưu hợp tác kinh doanh, tham quan du lịch. Vì thế công ty cổ phần đầu tư phát triển du lịch thương mại Tân Hoàng Gia đã cho ra đời khách sạn Sao Biển nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch ngày càng phát triển của xã hội nói chung và của thành phố Hải Phòng nói riêng.

Khách sạn Sao Biển thuộc công ty cổ phần đầu tư phát triển du lịch thương mại Tân Hoàng Gia. Theo số 0203003425 thì khách sạn được cấp giấy phép ngày 02/6/2005, được thành lập vào ngày 22/12/2007, thay đổi lần thứ nhất vào ngày 31/12/2007. Và chính thức đưa vào hoạt động tháng 1/2008. Sau 3 tháng hoạt động thì vào tháng 4/2008 khách sạn đã có doanh thu. Theo quyết định số 268 ngày 14/10/2008 khách sạn Sao Biển được Tổng Cục Du Lịch Việt Nam công nhận khách sạn đạt tiêu chuẩn 4 sao. Với việc công nhận này, thì khách sạn Sao Biển đã dần đứng vững và khẳng định vị thế của mình trên thị trường.

Tuy mới thành lập được gần 3 năm, là một khách sạn mới của Hải Phòng song doanh thu của khách sạn ngày càng cao chỉ sau một số khách sạn cùng cấp nổi tiếng lâu đời của thành phố như khách sạn Nam Cường, khách sạn Haberview. Khách sạn đã dần thu hút được lượng khách nước ngoài như Nhật, Trung Quốc, Hàn Quốc, Pháp...

2.1.2. Một số nét về khách sạn Sao Biển

2.1.2.1. Cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn.

Tổng diện tích mặt bằng là 1800m². Khách sạn Sao Biển bao gồm 13 tầng, có ba thang máy, một thang máy dành cho nhân viên, và hai thang máy dành cho khách. Khách sạn có hai nhà hàng, và sáu quầy bar. Tầng hầm là nơi có văn phòng của bộ phận hành chính, tổ bảo vệ, tổ sửa chữa, tổ giặt là, và là nơi để xe của khách và nhân viên trong khách sạn. Tầng G là nơi đón tiếp của bộ phận lễ tân. Nhà hàng là tầng 1 và tầng 11, tầng 2 là tầng hội thảo, tầng 3 và 4 là câu lạc bộ sức khỏe, từ tầng 5 đến tầng 10 là phòng ở dành cho khách. Tầng 12 là nơi làm việc của ban giám đốc. Cũng là nơi để các thiết bị thu phát sóng của khách sạn.

Hệ thống PCCC được trang bị đầy đủ ở mỗi tầng, mỗi tầng có ít nhất 4 bình, đều được kiểm tra chất lượng thường xuyên, hành lang và cầu thang máy được lắp đặt hệ thống camera và thiết bị báo cháy tự động được bố trí khắp nơi trong khách sạn.

Hệ thống giải trí ở tầng 3 và tầng 4 gồm có phòng tập thể hình, bể bơi bốn mùa, phòng xông hơi, massage, karaoke...

Hệ thống cung cấp điện dự phòng với công suất 750kw kết hợp với công tắc tự động đảm bảo đáp ứng đầy đủ nhu cầu điện cho mọi hoạt động của khách sạn trong thời gian chưa đầy một phút sau khi nguồn điện chính ngừng hoạt động.

Hệ thống cung cấp nước nóng lạnh trung tâm cung cấp nước nhanh chóng và tiết kiệm năng lượng đáng kể cho khách sạn.

Bể chứa nước dự phòng có thể tích xấp xỉ 60m^3 và tự động bơm nước.

Phương tiện phục vụ khác: có bãi đỗ xe cho khách và nhân viên rộng rãi, thuận tiện.

Mỗi bộ phận, mỗi khu vực thì đều có cơ sở vật chất khác nhau để phù hợp với tính chất công việc của từng bộ phận.

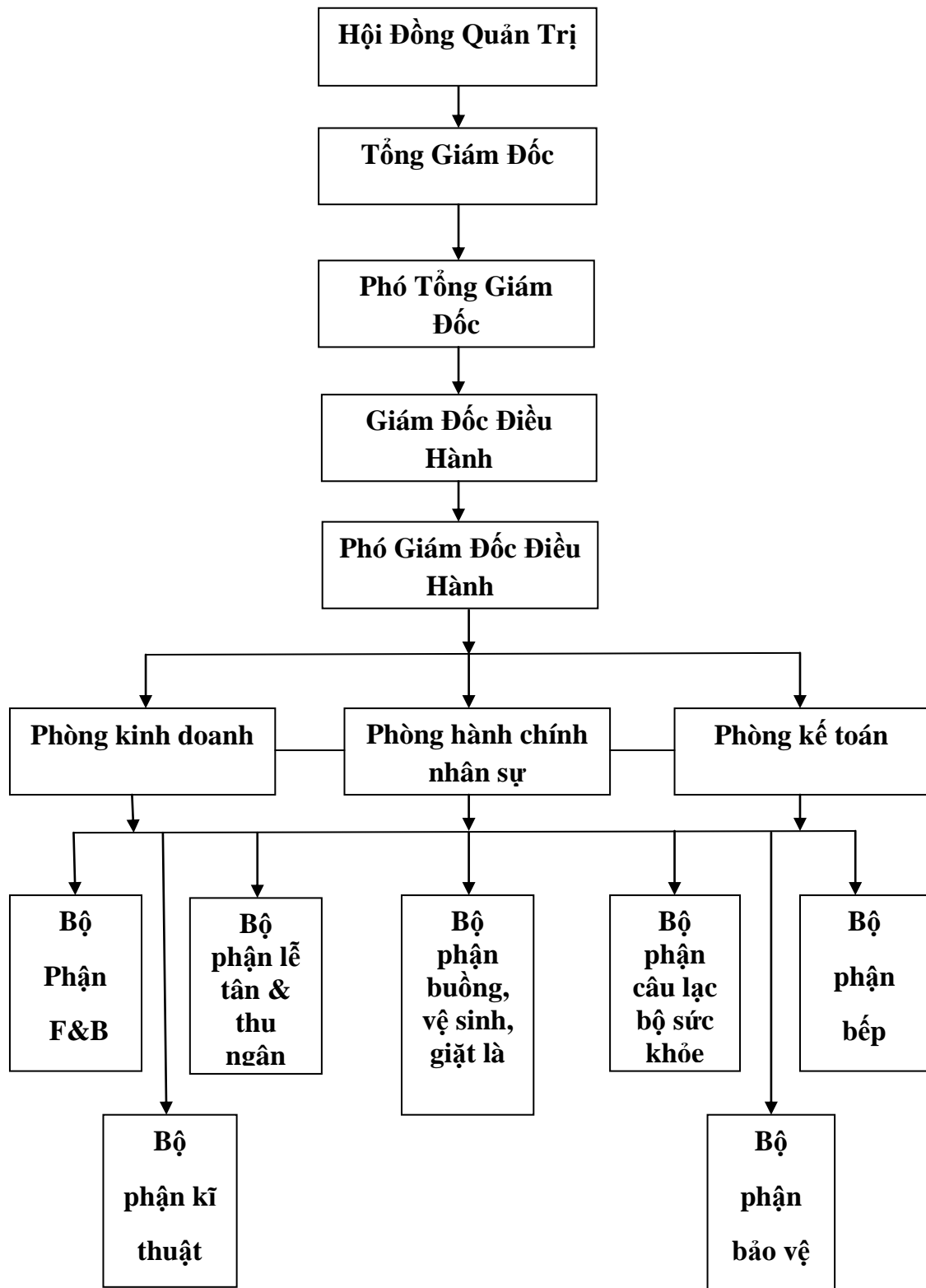
2.1.2.2. Tổ chức và đội ngũ lao động của khách sạn.

Đối với một khách sạn hay một doanh nghiệp thì bộ máy tổ chức có vai trò vô cùng quan trọng. Nó điều hành hoạt động hàng ngày của khách sạn.

Bộ máy tổ chức là những người có quyền điều hành trực tiếp mọi hoạt động hành chính, kinh doanh trong khách sạn.

Trường phó các bộ phận có quyền phân công công việc cho nhân viên. Tất cả đều vì mục tiêu chung là tối đa hoá lợi nhuận cho khách sạn, giúp khách sạn ngày càng đi lên và phát triển bền vững.

2.1.2.2.1. Sơ đồ tổ chức của khách sạn.



❖ Ban giám đốc:

Là người đứng đầu, chịu trách nhiệm về toàn bộ hoạt động kinh doanh của khách sạn, nghiêm túc chấp hành chính sách pháp luật, các quy định của nhà nước. Vạch ra và thực hiện những mục tiêu, những phương châm, sách lược kinh doanh và kế hoạch hoạt động của khách sạn.

❖ Phòng hành chính nhân sự:

Gồm 3 nhân viên, đây cũng là một trong những bộ phận quan trọng nhất của khách sạn làm công tác quản lý hành chính, quản lý cán bộ công nhân viên, sắp xếp ca làm việc của các cán bộ quản lý, quản lý hồ sơ, đánh giá, khen thưởng kỷ luật, phúc lợi, tuyển dụng theo yêu cầu của các phòng ban, các bộ phận trong khách sạn.

❖ Phòng tài chính kế toán:

Bộ phận này tham mưu cho ban giám đốc về tình hình tài chính của khách sạn, là nơi cung cấp số liệu chính xác cho việc phân tích kết quả kinh doanh của khách sạn, xây dựng kế hoạch kinh doanh, chỉ đạo việc hạch toán, kiểm soát các chi phí của toàn bộ hoạt động trong khách sạn.

Cung cấp mọi thông tin, số liệu để kiểm tra, giám sát tình hình hạch toán kinh doanh. Theo dõi chính xác toàn bộ tài sản, tiền vốn doanh nghiệp, quản lý và sử dụng đúng các nguyên lý tài chính, phản ánh kịp thời tình hình biến động tài sản, bảo quản hồ sơ và các tài liệu liên quan đến kế toán.

❖ Bộ phận lễ tân:

Có thể nói bộ phận lễ tân được ví như bộ mặt của khách sạn có chức năng chào đón khách khi khách bước chân vào khách sạn, đến khi khách rời khỏi khách sạn. Trong thời gian khách lưu trú cung cấp những thông tin, dịch vụ theo yêu cầu, đặt phòng và giải quyết các phàn nàn của khách.

❖ Bộ phận nhà hàng:

Kết hợp với bộ phận bếp cung cấp các dịch vụ về ẩm thực, tiệc các loại, hội nghị và các loại dịch vụ giải trí khác.

❖ Bộ phận buồng:

Cung cấp phòng sạch đúng tiêu chuẩn, chịu trách nhiệm về dịch vụ giặt ủi, đảm bảo tiêu chuẩn cao nhất về vệ sinh, tiện nghi và thẩm mỹ trong khu vực công cộng cũng như các khu vực khác trong khách sạn.

Quản lý giặt là đồng phục của trường phó các bộ phận khác.

❖ Phòng kinh doanh :

Là cơ quan đầu não của khách sạn, tham mưu cho ban giám đốc về công tác thị trường, chính sách khuyến khích kinh doanh, có nhiệm vụ thu hút khách về cho khách sạn. Thực hiện việc tìm hiểu thị trường, quảng bá thương hiệu cho khách sạn, chịu trách nhiệm về nội dung và hình thức các ấn phẩm quảng cáo cho khách sạn.

Đại diện khách sạn thương lượng hợp đồng kinh doanh phòng và hội nghị, hợp đồng du lịch, tiệc...xây dựng mối quan hệ với khách hàng. Đề ra kế hoạch kinh doanh và tiếp thị hàng năm.

❖ Bộ phận bếp.

Kết hợp với các bộ phận khác cung cấp các dịch vụ về ẩm thực. Đảm bảo tiêu chuẩn cao nhất về an toàn thực phẩm cho khách hàng và cán bộ công nhân viên trong khách sạn.

❖ Bộ phận kỹ thuật:

Phụ trách hoạt động sửa chữa, bảo trì, bảo dưỡng các hệ thống điện nước và trang thiết bị máy móc trong khách sạn. Khi khách sạn có tiệc thì bộ phận này phải chuẩn bị âm thanh, ánh sáng và máy chiếu...

❖ Bộ phận câu lạc bộ sức khỏe:

Là bộ phận tạo sự thoải mái thư giãn, khôi phục sức khỏe cho khách khi đến với khách sạn.

❖ Bộ phận bảo vệ:

Đảm bảo an ninh trong khách sạn và khu vực xung quanh, ngăn chặn các tệ nạn xã hội, không cho các phần tử xấu vào khách sạn, trông giữ xe của khách và nhân viên trong khách sạn.

Kiểm soát sự ra vào, tư trang và giờ giấc làm việc của nhân viên trong khách sạn. Kiểm soát rác, chìa khoá, mở kho...

Kiểm soát các loại xe ra vào khách sạn, tuần tra khu vực làm việc, ngăn chặn mọi nguy cơ dẫn tới mất mát tài sản của khách sạn cũng như của khách tới lưu trú tại khách sạn.

2.1.2.2.3. Đội ngũ lao động

Bảng 1: Số lượng lao động của khách sạn năm 2008-2009

Bộ Phận	Năm	2008	2009
Ban lãnh đạo		4	4
Buồng, vệ sinh, giặt là		25	28
Nhà hàng (F&B)		21	25
Lễ tân và thu ngân		16	18
Kế toán		3	3
Hành chính		3	3
Kinh doanh		6	6
Câu lạc bộ sức khoẻ		13	15
Sửa chữa		9	9
Bảo vệ		10	9
Tổng		110	120

(Nguồn: Phòng nhân sự khách sạn Sao Biển)

Nhìn chung tổng số nhân viên trong khách sạn không có sự thay đổi nhiều, do tính chất công việc nên chỉ bổ sung thêm một số ở các bộ phận như lễ tân, buồng và nhà hàng, còn các bộ phận khác gần như không thay đổi.

Bảng 2: Cơ cấu theo giới tính và tuổi TB của cán bộ nhân viên trong khách sạn năm 2009.(Đơn vị: Người)

Bộ phận	Số lượng	Giới tính		Độ tuổi TB
		Nam	Nữ	
Ban lãnh đạo	4	3	1	40
Buồng,vệ sinh, giặt là	28	5	23	24
F & B (ăn uống)	25	7	18	25
Lễ tân, thu ngân	18	7	11	26
Câu lạc bộ sức khỏe	15	6	9	25
Kế toán	3	0	3	27
Kinh doanh	6	3	3	26
Hành chính	3	1	2	38
Kỹ thuật	9	9	0	28
Bảo vệ	9	9	0	35
Tổng	120	50	70	

(Nguồn: Phòng nhân sự khách sạn Sao Biển)

Nhìn vào bảng 2 ta thấy tỉ lệ lao động nữ ở khách sạn Sao Biển chiếm 58,3%, nam chiếm 41,7%, tỉ lệ lao động nữ cao hơn so với tỉ lệ lao động nam là 16,6%. Trong đó tỉ lệ lao động nữ ở bộ phận buồng,và nhà hàng

chiếm số đông (khối buồng, vệ sinh, giặt là gồm 23/28 nhân viên nữ, nhà hàng gồm 18/25 nhân viên nữ). Do đặc trưng ở của công việc ở những bộ phận này phải cần sự tỉ mỉ, khéo léo, cẩn thận, đây là điều hoàn toàn bình thường trong kinh doanh khách sạn. Nhìn chung thì tỉ lệ lao động giữa nam và nữ trong khách sạn là hoàn toàn hợp lý. Chẳng hạn như bộ phận bảo vệ và bộ phận kĩ thuật không tuyển nhân viên nữ, vì ở hai bộ phận này nhất là bộ phận bảo vệ, cần sự khỏe mạnh, tinh ý và biết quan sát, cường độ làm việc cao, và áp lực công việc lớn, thường xuyên phải trực đêm.

Nhìn chung thì độ tuổi trung bình của đội ngũ lao động tương đối trẻ và tập trung ở những bộ phận như nhà hàng, lễ tân, câu lạc bộ sức khỏe, buồng.. đều dưới 30 tuổi. Bởi vì những công việc ở bộ phận này đòi hỏi sự năng động nhanh nhẹn, là những người có khả năng sáng tạo, nhạy cảm với sự thay đổi của thời cuộc, nhiệt tình với công việc, nắm bắt ứng dụng nhanh các thành tựu khoa học công nghệ mới vào công việc.

Còn những người có độ tuổi trên 30 thì tập trung ở những bộ phận như hành chính và bảo vệ vì ở những bộ phận này lại đòi hỏi có kinh nghiệm cũng như trách nhiệm cao.

Bảng 3: Trình độ học vấn và trình độ ngoại ngữ của cán bộ nhân viên trong khách sạn (năm 2009).

Bộ phận	Số lượng	Trình độ học vấn				Trình độ ngoại ngữ			
		ĐH	CĐ	TC	LĐ PT	A	B	C	ĐH
Ban lãnh đạo	4	3	1	0	0	0	3	1	0
Buồng, vệ sinh, giặt là	28	1	2	10	15	11	4	2	0
F \$ B (ăn uống)	25	5	10	7	3	5	10	8	0
Lễ tân & thu ngân	18	10	5	3	0	2	5	7	4
Câu lạc bộ sức khỏe	15	2	3	8	2	4	7	1	0
Kế toán	3	2	0	1	0	0	1	0	0
Kinh doanh	6	4	2	0	0	0	1	2	3
Hành chính	3	1	2	0	0	1	0	0	0
Kỹ thuật	9	2	1	4	2	2	0	0	0
Bảo vệ	9	0	0	0	9	0	0	0	0
Tổng	120	30	26	33	31	25	31	21	7

(Nguồn: phòng nhân sự khách sạn Sao Biển)

Nhìn vào bảng số liệu ta thấy tổng số nhân viên ở trình độ trung cấp là 33 nhân viên chiếm 27,5%, lao động phổ thông là 31 nhân viên chiếm 25,8%, đại học là 30 nhân viên chiếm 25%. Và hệ cao đẳng là 26 nhân viên chiếm 21,7%, nhìn sự chênh lệch không nhiều. Trình độ đại học tập trung ở những bộ phận quan trọng của khách sạn như bộ phận lễ tân, nhà hàng và bộ phận kinh doanh, đây là những bộ phận thường xuyên tiếp xúc với khách

hàng vì vậy đòi hỏi trình độ cũng như chuyên môn nghiệp vụ phải cao. Bộ phận lễ tân có 3 nhân viên ở trình độ trung cấp là do bộ phận này là sự sát nhập của 3 bộ phận: lễ tân, thu ngân, doormen. Còn các bộ phận không thường xuyên tiếp xúc với khách hàng thì không đòi hỏi trình độ cao và ưu tiên những người có kinh nghiệm như ở bộ phận giặt là và bộ phận bảo vệ.

Trình độ ngoại ngữ cũng tương đương với trình độ học vấn của các nhân viên trong khách sạn. Những bộ phận tiếp xúc với khách hàng nhiều thì đòi hỏi trình độ ngoại ngữ cao nhất là bộ phận lễ tân. Nhìn chung thì ngoại ngữ chủ yếu là tiếng Anh, tiếng Trung và tiếng Nhật hầu như là không có.

2.2. Tình hình hoạt động kinh doanh của các bộ phận trong khách sạn Sao Biển.

2.2.1. Lượng khách của khách sạn.

Đề quyết định đến sự thành công hay thất bại của ngành kinh doanh khách sạn đó là lượng khách của khách sạn cao hay thấp, ổn định hay biến động. Mỗi khách sạn đều có những phương châm, chiến lược riêng để thu hút khách hàng đến với khách sạn mình. Và khi khách hàng đã dùng sản phẩm của khách sạn thì cần có những chiến lược để khách muốn dùng nữa trong lần tiếp theo.

Thị trường mà khách sạn đang khai thác đó là đối tượng khách quốc tế, chủ yếu là khách Nhật và Hàn Quốc. Đây là đối tượng khách đi làm công vụ nghiên cứu, hội họp thường đi theo đoàn cho nên họ thuê phòng rất lâu và sử dụng các dịch vụ bổ sung rất nhiều. Lượng khách này mang lại nguồn doanh thu đáng kể cho khách sạn. Đối tượng khách thuê phòng dài hạn nhất cũng chính là đối tượng khách Nhật Bản. Đến năm 2009 thì lượng khách hàng thân thiết của khách sạn Sao Biển ngày càng tăng với các đoàn, công ty của Nhật Bản và Hàn Quốc như: Woojin, Nakasima, LGEVN, FHI, AHF... Thời gian khách nước ngoài tới lưu trú tại khách sạn dài nhất là 2 năm, chủ yếu là các chuyên gia của tập đoàn Nakashima- Nhật.

Ngoài ra thì lượng khách tiệc cưới là rất đông, nhất là vào 3 tháng đầu năm nay, đối tượng khách này thường là những người dân của thành phố Hải Phòng.

2.2.2. Tình hình hoạt động của các bộ phận chủ yếu trong khách sạn

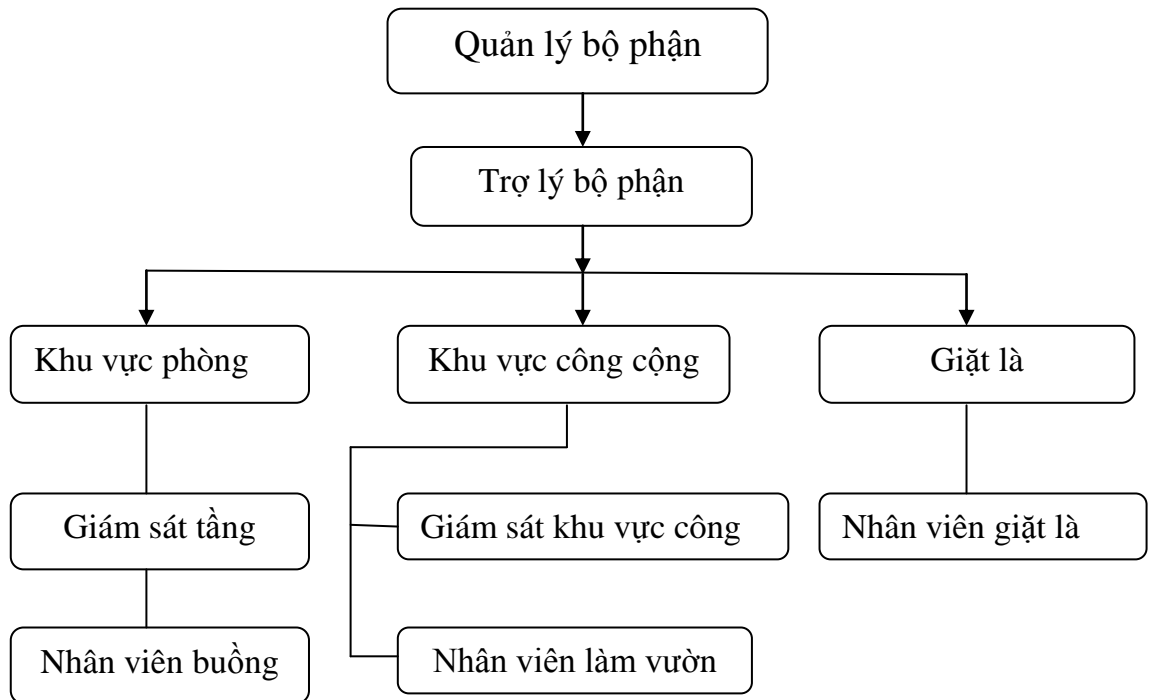
2.2.2.1. Bộ phận buồng.

Kinh doanh lưu trú là nội dung chủ yếu của kinh doanh khách sạn vì nó đem lại doanh thu lớn nhất. Mọi hoạt động trong dịch vụ lưu trú đều ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ của khách sạn. Khu vực phòng ở của khách sạn Sao Biển được bố trí từ tầng 5 đến tầng 10, ở mỗi tầng đều có phòng trực buồng. Trong phòng có đầy đủ các trang thiết bị đạt tiêu chuẩn 4 sao theo quy định Quốc tế. Phục vụ 24/24 giờ luôn đảm bảo mọi tiện nghi và cung cấp các dịch vụ cần thiết gắn liền với việc nghỉ ngơi của khách.

Nhân viên buồng của khách sạn Sao Biển gồm 28 người, công việc được phân công cụ thể cho từng nhân viên. Các nhân viên đều có nghiệp vụ do đó thao tác rất nhanh, bài bản và chính xác.

Khoảng thời gian trực trưa và đêm mỗi ca có 2 nhân viên trực. Hình thức tính lương: chấm công, phải tăng ca khi phòng bận cần làm sạch nhiều, chủ yếu tập trung vào buổi sáng, nhân viên thường tăng ca cho đến 12 giờ và có nghỉ bù, mỗi tuần được nghỉ một ngày, không cứ là ngày chủ nhật, ca làm việc và ngày nghỉ do trưởng bộ phận phân công và xếp lịch nghỉ cụ thể theo từng tuần. Mức lương bình quân là 1,5triệu/người/tháng.

Sơ đồ tổ chức của bộ phận buồng.



Khách sạn có 80 phòng và được chia làm 5 loại phòng khác nhau: Standard, Deluxe standard, Superior, Deluxe superior và Deluxe suite. Mang đến cho mỗi khách hàng một không gian sống tiện nghi. Với giá cả và các chất lượng khác nhau, để đáp ứng được nhu cầu đa dạng của khách.

Bảng 4: Giá cho từng loại phòng (ĐV: USD)

Loại phòng và giá phòng	STANDARD		DELUXE STANDARD		SUPERIOR		DELUXE SUPERIOR		DELUXE SUITE	
	Phòng đơn	Phòng đôi	Phòng đơn	Phòng đôi	Phòng đơn	Phòng đôi	Phòng đơn	Phòng đôi	Phòng đơn	Phòng đôi
Giá trong ngày	100	120	120	140	140	160	160	180	200	250
Giá lưu trú tuần	80	100	100	120	129	140	140	160	170	200
Lưu trú dài hạn	2100	2300	2400	2600	2500	2700	3000	3200	3500	3700

(Nguồn: Phòng kinh doanh khách sạn Sao Biển)

Bảng giá công bố là như vậy, tuy nhiên thì giá hợp tác của khách sạn luôn luôn biến đổi tùy vào từng thời điểm. Và thường thì giá bán chỉ bằng một nửa so với giá công bố.

Bảng 5: Diện tích, số phòng và giá hợp tác của các loại phòng trong khách sạn.

Loại phòng	Diện tích (m ²)	Giá (USD)		Số phòng
		Phòng đơn	Phòng đôi	
Standard	50	50	60	22
Deluxe Standard	50	60	70	24
Superior	70	80	90	30
Deluxe Superior	100	100	120	2
Deluxe Suite	180	170		2

(Nguồn: phòng kinh doanh khách sạn Sao Biển)

Trang thiết bị buồng ngủ bao gồm:

Đồ vải: đệm mút 29cm, có vải bọc, ga chải giường, gối, chăn len có vỏ bọc, rèm cửa màu vàng, nâu phù hợp với màu của tường, thảm trải trong phòng, khăn tắm, áo choàng tắm.

Đồ gỗ: giường ngủ, bàn đầu giường, kệ, tủ quần áo, ghế ngồi làm việc, ghế bàn trà. Bàn trang điểm, giá để hành lý..

Đồ điện: Máy sấy tóc, truyền hình cáp, điện thoại quốc tế trực tiếp, cổng internet tốc độ cao, mini bar, két an toàn, dụng cụ pha trà, cà phê, đèn làm việc, bình nóng lạnh, chuông gọi cửa, thiết bị báo cháy.

Đồ sành sứ, thủy tinh: Cốc thủy tinh, bình đựng nước lọc, ấm chén uống trà, đĩa kê cốc.

Các loại khác: Trong tất cả các phòng tắm đều được trang bị vòi hoa sen, bồn tắm, bồn rửa mặt, gương, các dụng cụ vệ sinh cá nhân khác như : Bàn chải, xà bông, dao cao... tất cả luôn được vệ sinh hàng ngày.

Phòng nghỉ của khách sạn Sao Biển được công nhận đạt chất lượng tốt, trang thiết bị đồng bộ, hiện đại có khả năng đáp ứng mọi yêu cầu của các đối

tượng khách hàng khách nhau. Tất cả các phòng tắm được trang bị tiện nghi với vòi hoa sen, bồn tắm, một số phòng còn có phòng tắm đứng, áo choàng, máy sấy tóc và các dụng cụ vệ sinh cá nhân cần thiết khác như thuốc đánh răng, bàn chải đánh răng, xà phòng... Hàng ngày luôn được vệ sinh sạch sẽ và thay mới khi dọn phòng.

Buồng ngủ với bàn viết, đèn đọc sách, bàn trang điểm, hệ thống đèn sáng, đèn ngủ, điều hoà nhiệt độ và truyền hình cáp, điện thoại quốc tế trực tiếp, cổng internet tốc độ cao, mini bar, két an toàn, dụng cụ pha trà, cà phê...

Số điện thoại mỗi phòng chính là số phòng khách ở, khách có thể gọi cho lễ tân, các phòng khác và ra ngoài khách sạn. Bên cạnh điện thoại là bảng hướng dẫn giúp khách sử dụng dịch vụ này được dễ dàng. Mỗi phòng đều có đồng hồ báo thức, vô tuyến màu vệ tinh được điều khiển từ xa. Vì vậy khách có thể xem được nhiều kênh ưa thích và những kênh của các nước khác nhau.

Ngoài ra mỗi phòng đều có tủ đựng quần áo, tủ đựng hành lý, và dép đi trong phòng, hệ thống khoá cửa bằng thẻ từ.

Trong phòng ngủ của từng loại phòng mà khách sạn có, đều được bố trí theo một phong cách riêng.

2.2.2.2. Bộ phận nhà hàng.

Kinh doanh ăn uống là dịch vụ không thể thiếu trong kinh doanh khách sạn. Vai trò của bộ phận này là cùng với bộ phận bếp tạo ra và phục vụ những món ăn ngon cho thực khách, là cầu nối giữa khách sạn và du khách. Bộ phận nhà hàng góp phần quan trọng trong sự đa dạng các dịch vụ của khách sạn. Đối với khách sạn Sao Biển thì bộ phận nhà hàng mang lại nguồn doanh thu đáng kể ngoài nguồn thu từ dịch vụ bán phòng.

Khách sạn có 2 nhà hàng Á và Âu nằm ở tầng 1 và tầng 11 của khách sạn, mỗi một nhà hàng có một bếp Á và Âu chuyên phục vụ các món ăn và đồ uống mà khách yêu cầu. Thời gian phục vụ: từ 6h- 22h

Bộ phận nhà hàng gồm 25 nhân viên, trong đó có 9 nhân viên bàn, 6 nhân viên bar và 10 nhân viên bếp trong đó có 1 bếp trưởng và 2 bếp phó.

Thời gian làm việc của nhân viên nhà hàng và bar

Ca sáng: 6h- 14h

Ca chiều 14h- 22h

Ngoài ra còn có các ca làm theo công việc cho trưởng và phó bộ phận, các ca nghỉ bù hay tăng ca tùy theo tính chất công việc trong ngày cũng như trong tuần. Ca làm việc do phó bộ phận sắp xếp và phân công.

Thời gian làm việc của nhân viên bếp:

Ca sáng: 5h- 13h

Ca chiều: 13h-21h

Ca đêm: 21h-5h

Sự sắp xếp ca được bố trí hợp lý cho thời gian trong ngày, chẳng hạn như ca sáng và chiều thì cần nhiều nhân viên làm hơn, còn ca đêm thì chỉ cần 1 đến 2 nhân viên trực.

Mức lương bình quân:

Nhân viên bàn, bar: 1,6 triệu/người/tháng.

Bếp trưởng: 6 triệu/người/tháng.

Bếp phó: 4,5 triệu/người/tháng.

Phụ bếp: 1,5- 2 triệu/người/tháng.

❖ *Một số nét về nhà hàng :*

Khách sạn có nhà hàng Á tại tầng 1 và quầy Lobby Bar phục vụ nhu cầu ẩm thực cho khách phòng và khách vắng lai, hoạt động liên tục từ 6:00 đến 22:00. Ngoài ra nhà hàng Á là nơi dùng để tổ chức các tiệc cưới. Sức chứa tối đa là 350 khách, chuyên phục vụ các món ăn châu Á.

Trên tầng 11 của khách sạn là nhà hàng Âu (hay còn gọi là nhà hàng Sao Mộc) là nơi khách sạn dùng để tổ chức buffet sáng thường nhật là phục vụ khách ăn Alacarte. Nhà hàng phục vụ buffet sáng từ 6:00 đến 9:30, chủ yếu phục vụ cho khách phòng. Tại đây khách được chọn món tùy ý theo sở thích.

Hoạt động buổi trưa và tối chủ yếu là bán thực đơn gọi món với các món ăn được chế biến theo hương vị và phong cách châu Âu, Nhật Bản, Trung Hoa.

Áp dụng set menu và thực đơn cho tiệc liên hoan, sinh nhật, tiệc cưới. Số ghế tối đa phục vụ khách là 300 ghế. Giá phục vụ bình quân là 8USD. Ngoài ra bộ phận nhà hàng cũng phục vụ đồ ăn và đồ uống tại phòng cho khách (room service).

Bảng 6: Diện tích và giá nhà hàng.

Nhà hàng	Diện tích (m ²)	Sức chứa (người)	Giá thấp nhất (VND/người)	
Á	500	350	Set menu	180.000
			Buffet	250.000
Sao Mộc	450	300	Set menu	180.000
			Ăn sáng	Miễn phí

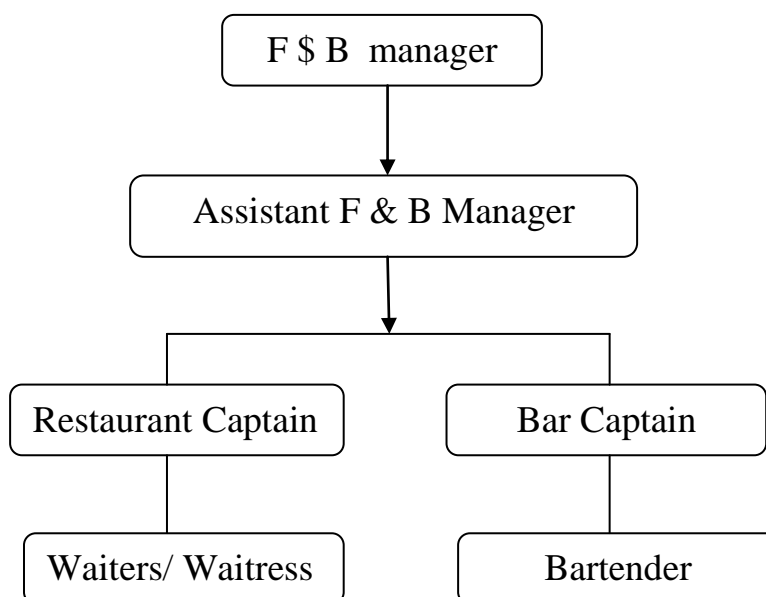
(Nguồn; Phòng kinh doanh khách sạn Sao Biển)

Khách sạn có tầng hội thảo ở tầng hai, chuyên tổ chức các sự kiện, hội nghị, hội thảo cho các công ty, các doanh nghiệp, đồng thời cũng là nơi tổ chức tiệc cưới nếu khách có yêu cầu, sức chứa tối đa là 500 ghế.

❖ *Quầy Bar*

Khách sạn có tổng cộng 6 quầy bar. Được đặt tại khu vực tiền sảnh là Lobby Bar chuyên dùng để đón tiếp các đoàn khách tới lưu trú, khách vắng lai và khách của ban giám đốc, có 40 ghế ngồi. Chuyên phục vụ các loại rượu, cocktail, nước ép các loại. Ngoài ra còn có 5 quầy bar khác được đặt ở câu lạc bộ sức khỏe, ở 2 nhà hàng Á và Sao Mộc, tầng hội thảo, và một Cityview Bar trên tầng 12. Hiện nay do số lượng khách không ổn định nên Cityview Bar thường không mở cửa đón tiếp khách mà nó được dùng nhiều cho nhu cầu của ban giám đốc.

❖ Sơ đồ tổ chức của bộ phận nhà hàng



Chức năng và nhiệm vụ của từng nhân viên:

• Food and Beverage Manager:

Quản lý và điều hành để đạt mức doanh thu mong muốn.

Cập nhật danh sách rượu cho nguồn dự trữ.

Phối hợp với bếp trưởng trong việc thu thập, xây dựng thực đơn.

Mua sắm tất cả các trang thiết bị phục vụ cho công việc.

Huấn luyện chuyên môn cho nhân viên.

Phối hợp với các trưởng bộ phận để hoàn thành tốt công việc

Đón tiếp khách quan trọng.

• Assistant F & B Manager :

Chịu trách nhiệm các khu vực ăn uống riêng biệt.

Đặt ra các tiêu chuẩn phục vụ, huấn luyện nhân viên.

Lập bảng phân công, nghỉ lễ, giờ làm việc, nghỉ tuần...

Báo cáo trực tiếp cho trưởng bộ phận.

Xây dựng phương thức quản lý và nâng cao chất lượng phục vụ.

• Captain:

Chăm nom đội ngũ nhân viên, giám sát công việc.

Chào đón dẫn khách tới bàn, gợi ý khách chọn món ăn.

Ghi nhận các yêu cầu của khách.

Giải quyết những than phiền của khách.

• Waiter/ waitress:

Thực hiện công việc theo chỉ dẫn của captain.

Chịu trách nhiệm vệ sinh khu vực làm việc.

Phục vụ thức ăn đồ uống, thu dọn bữa ăn cho khách.

Am hiểu kỹ năng giao tiếp.

• Bartender:

Phục vụ nhanh chóng các loại thức uống theo yêu cầu của khách.

Sắp xếp và trang trí quầy bar sao cho hợp lý, thuận lợi và đẹp mắt.

Kiểm tra kho bia, nước hàng ngày để kịp thời nhập thêm lượng hàng dự trữ.

Thường xuyên kiểm tra hạn sử dụng các loại mặt hàng.

Báo cáo và bàn giao vào cuối ca.

❖ Các loại đồ ăn thức uống của nhà hàng:

Thực đơn của hai nhà hàng rất phong phú, nhiều món ăn thuộc các vùng miền của Việt Nam và của một số nước trên thế giới như Thái Lan, đặc biệt là những món ăn Trung Hoa, cùng với các loại bánh ngọt, trái cây tươi theo mùa. Khách sạn có một số món đặc trưng như: canh nấm thả sao biển, cá bóng tú quý kiểu sao biển, gà điều xào lúc lắc...Do chính bếp trưởng của nhà hàng chịu trách nhiệm. Có khả năng đáp ứng tối đa những yêu cầu của khách trong vấn đề ẩm thực.

Khách sạn được chuẩn hoá theo tiêu chuẩn HACCP/ISO 2200 về quản lý an toàn thực phẩm cho nên sản phẩm của đồ ăn, thức uống đều có tiêu chuẩn cao. Nguồn thực phẩm cung cấp cho khách sạn là đều là những địa chỉ quen thuộc, thực phẩm luôn đảm bảo sạch, tươi sống, đảm bảo qua khâu kiểm dịch. Đây là cơ sở quan trọng để khách sạn có thể chế biến các món ăn ngon nhất, vệ sinh nhất.

Thức ăn ngon không chỉ là yếu tố vệ sinh, chất lượng mà còn phải có yếu tố thẩm mỹ. Đây là vấn đề mà nhà hàng rất quan tâm và chú trọng để các món ăn tăng thêm phần hấp dẫn.

Đặc trưng của nhà hàng khách sạn Sao Biển là tiệc buffet sáng thường ngày, phục vụ chủ yếu cho khách phòng. Phục vụ từ 6 giờ sáng đến 9 giờ 30 phút hàng ngày. Các món ăn, các dụng cụ cho bữa sáng được chế biến và chuẩn bị từ đêm hôm trước. Nhân viên làm ca sáng sẽ có nhiệm vụ đến sớm để kiểm tra lại lần cuối cùng trước khi khách dùng. Đồ ăn được bày trên bàn buffet luôn đảm bảo tươi, nóng.

Nhìn chung nhân viên ở bộ phận nhà hàng đều có trình độ ngoại ngữ tiếng Anh từ bằng A đến bằng C, độ tuổi trung bình là 25. Đây là đội ngũ lao động trẻ, có trình độ và chuyên môn đáp ứng được đòi hỏi của công việc.

Tuy nhiên thị trường khách chính của khách sạn chủ yếu là khách Nhật, Pháp, Trung Quốc và Hàn Quốc, nhưng nhân viên nhà hàng khách sạn hầu như không biết sử dụng những ngoại ngữ này gây không ít khó khăn trong giao tiếp và trong quá trình phục vụ khách tiêu thụ sản phẩm. Có trường hợp khách Hàn Quốc không biết nói tiếng Anh, nhân viên phục vụ gần như phải giao tiếp bằng hành động và cử chỉ, gây mất nhiều thời gian và làm khách có cảm nhận không tốt về nhà hàng.

2.2.2.3. Bộ phận lễ tân.

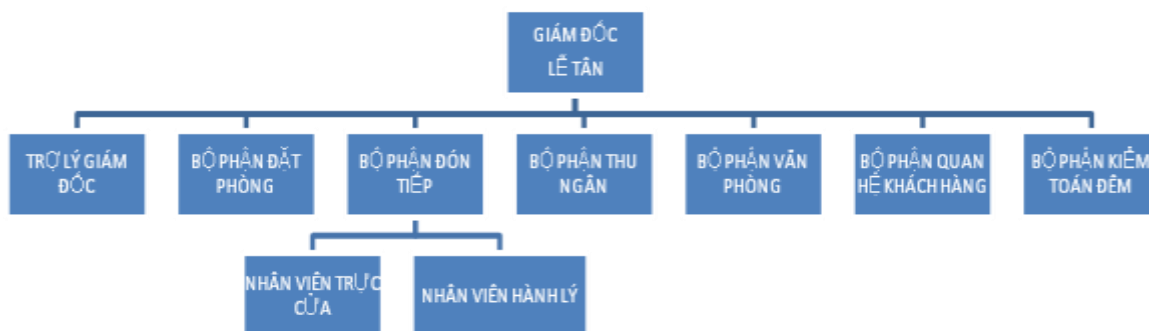
Bộ phận lễ tân nằm ở khu vực trung tâm tiền sảnh của tầng G, ngay đối diện cửa ra vào sảnh khách sạn.

Các trang thiết bị đặt tại tiền sảnh đáp ứng được yêu cầu về sự hài hòa, đồng bộ, tính thẩm mỹ cao, bố trí đối xứng trong kiến trúc, cách bố trí không gây nên sự phản cảm cho khách.

Quầy lễ tân đáp ứng được yêu cầu chung về trang thiết bị tối thiểu của một khách sạn 4 sao theo quy định của quốc tế bao gồm: Bảng ghi giá các loại phòng có trong khách sạn, sáu chiếc đồng hồ lấy giờ của thủ đô một số nước trên thế giới, bảng yết giá tiền tệ, sơ đồ hướng dẫn buồng. Quầy lễ tân được

trang bị đầy đủ các tiện nghi như: tủ đựng chìa khóa và lưu những thông tin về khách hàng, máy vi tính, điện thoại và bộ đàm nội bộ, máy fax, két an toàn... Khách sạn đã và đang sử dụng hệ thống phần mềm khách sạn tại quầy lễ tân. Giúp nhân viên lễ tân trong quá trình làm việc của mình được thuận tiện, nhanh chóng, dễ dàng và chính xác.

❖ Sơ đồ tổ chức của bộ phận lễ tân:



❖ Chức năng và nhiệm vụ của từng nhân viên:

• Giám đốc lễ tân là anh Đỗ Đức Thịnh chịu trách nhiệm trước giám đốc khách sạn về mọi hoạt động của bộ phận lễ tân bao gồm:

Xây dựng nhiệm vụ cho từng nhân viên bộ phận lễ tân.

Hoạch định kế hoạch kinh doanh cho bộ phận lễ tân.

Tham gia tuyển dụng nhân sự cho bộ phận.

Điều phối mọi hoạt động của bộ phận

Thực hiện việc bồi dưỡng, đào tạo, nâng cao nghiệp vụ lễ tân cho nhân viên.

• Trợ lý giám đốc lễ tân.

Giúp giám đốc lễ tân chỉ đạo và giám sát mọi hoạt động của bộ phận

Đánh giá kết quả từng ca, báo cáo cho ban giám đốc.

Kiểm tra vệ sinh khu vực.

Đón tiếp và tiễn khách quan trọng.

Giải quyết mọi tình huống phát sinh và phàn nàn của khách.

Phân công ca làm việc.

• Nhân viên đón tiếp:

Nắm vững sản phẩm của khách sạn (vị trí, đặc điểm, giá cả...)

Sử dụng tốt các kỹ năng bán hàng.

Chuẩn bị hồ sơ đón khách.

Chào đón khách, làm thủ tục đăng kí cho khách.

Bảo quản chìa khoá phòng, kết đọng tư trang.

Thực hiện giao dịch qua điện thoại phối hợp với các bộ phận khác để phục vụ khách tốt nhất.

Giữ gìn vệ sinh khi vực làm việc.

• Nhân viên vận chuyển hành lý:

Chịu trách nhiệm vận chuyển hành lý cho khách.

Mở cửa đón khách.

Giới thiệu các tiện nghi trong khách sạn.

Giúp khách chuyển buồng.

Chuyên thư từ, fax, hoa...

• Nhân viên thanh toán:

Đổi tiền cho khách.

Theo dõi, cập nhật các chi phí của khách.

Thanh toán khi khách trả buồng.

Cân đối các tài khoản khi hết ca.

Quản lý các chứng từ gốc, kiểm kê, nộp tiền cho phòng kế toán.

Làm báo cáo doanh thu từng ca.

❖ *Thời gian làm việc:* Được chia làm 3 ca, mỗi ca làm 8 tiếng.

Ca sáng: 6:00- 14:00

Ca chiều: 14:00- 21:00

Ca đêm: 21:00- 6:00. Riêng giám đốc lễ tân làm theo giờ hành chính.

Mức lương trung bình của nhân viên bộ phận lễ tân là 1.700.000 đồng/người/tháng.

Bộ phận lễ tân là nơi mở đầu tiếp xúc giữa khách và khách sạn. Khách sạn có gây được ấn tượng hay không cũng chính là do bộ phận lễ tân, từ đó ảnh hưởng mạnh mẽ đến việc kinh doanh của khách sạn.

Trước đây khách sạn chia bộ phận lễ tân và thu ngân riêng nhưng sau do tính chất công việc thì hai bộ phận này đã gộp lại. Cộng cả nhân viên doormen nữa thì bộ phận này gồm 18 người. Đây là bộ phận nhạy cảm của khách sạn vì vậy yêu cầu của khách sạn đối với nhân viên lễ tân là: ngoại hình cân đối, ưa nhìn, nam cao trên 1m68, nữ cao trên 1m55. Trang phục cho nhân viên nữ là hai bộ áo dài truyền thống có màu đỏ và màu xanh mặc thay đổi trong tuần, tóc dài búi cao gọn gàng. Trang phục của nhân viên nam là áo sơ mi trắng dài tay, quần tím than. Đồng phục lúc nào cũng phải gọn gàng, sạch sẽ, không bị nhàu nát. Độ tuổi trung bình của bộ phận lễ tân là khá trẻ, trình độ học vấn cao, thông thạo ít nhất một ngoại ngữ (tiếng Anh).

Bộ phận lễ tân không chỉ am hiểu về khách sạn và còn phải hiểu và nắm bắt được những vấn đề liên quan đến yêu cầu của khách. Đây là bộ phận trực tiếp giải quyết những yêu cầu, thắc mắc từ phía khách hàng, chính vì vậy mà nhân viên lễ tân trong khách sạn phải phải am hiểu về các lĩnh vực liên quan. Nhân viên lễ tân càng nắm vững được kỹ năng nghiệp vụ, càng có sự hiểu biết sâu rộng bao nhiêu, càng tạo ra sự chuyên nghiệp trong phục vụ bấy nhiêu và sẽ góp phần tạo lên đẳng cấp cho khách sạn.

Do tính chất công việc nên bộ phận lễ tân và thu ngân đã gộp lại. Nhân viên lễ tân đồng thời cũng là nhân viên thu ngân vì thế nhân viên lễ tân phải có những kỹ năng cơ bản về kế toán, thanh toán, thống kê. Những kỹ năng này không thể thiếu khi nhân viên lễ tân làm thủ tục thanh toán cho khách.

Công việc của hàng ngày của nhân viên lễ tân là đón tiếp khách, làm thủ tục check-in và check-out cho khách...và phục vụ khách trong suốt khoảng thời gian khách lưu trú tại khách sạn. Đối tượng khách đến với khách sạn rất đa dạng và có nhiều thành phần, nhiều dân tộc, nhiều lứa tuổi và nghề nghiệp khác nhau. Chính vì vậy nên đòi hỏi nhân viên lễ tân phải năng động, nhanh nhẹn, linh hoạt trong xử lý mọi tình huống làm vui lòng khách đến và vừa lòng khách đi.

2.2.2.4. Bộ phận câu lạc bộ sức khỏe

Với một khách sạn mang tầm cỡ quốc tế thì đây là bộ phận không thể thiếu, nó góp phần làm phong phú thêm dịch vụ của khách sạn, và đồng thời nó cũng thể hiện đẳng cấp của khách sạn.

Câu lạc bộ sức khỏe của khách sạn được bố trí ở tầng 3, và tầng 4 của khách sạn, với cơ sở vật chất kĩ thật đầy đủ và tiện nghi. Với massage Thái truyền thống, xông hơi, xông khô, bể bơi bốn mùa, tắm tia, bể sục, phòng tập thể hình, và phòng tóc. Dịch vụ massage ở khách sạn Sao Biển vào bậc nhất của Hải Phòng, mang lại hiệu quả kinh tế cao, từ khi dịch vụ này được đưa vào khai thác đã mang lại doanh thu đáng kể cho khách sạn. Hiện nay bộ phận này có 15 nhân viên trong đó có 6 nhân viên nam và 9 nhân viên nữ. Tất cả nhân viên ở đây đều có tay nghề cao, phong cách phục vụ chuyên nghiệp, trẻ đẹp. Mức lương bình quân của bộ phận này 1.600.000 đồng/người/tháng.

Hệ thống phòng massage, phòng làm tóc dành riêng cho nam và nữ, đồng thời có 5 phòng massage VIP có không gian yên tĩnh, tạo cảm giác thoải mái cho khách khi tới câu lạc bộ sức khỏe của khách sạn.

Bảng giá cho một số dịch vụ tại câu lạc bộ sức khỏe:

- VIP Service:

Vip 1: 20 USD: 90 phút bao gồm xông hơi, bể sục, massage.

Vip 2: 18 USD: 60 phút bao gồm xông hơi, bể sục, massage.

- Dành cho quý ông:

Gói 1: 20 USD bao gồm: Tắm, xông hơi, bể bơi, phòng tập và 60 phút massage miễn phí.

Gói 2: 12 USD bao gồm: Tắm, xông hơi, bể bơi, phòng tập.

- Dành cho quý bà:

Gói 1: 18 USD bao gồm; Tắm, xông hơi, bể bơi, phòng tập, 60 phút massage.

Gói 2: 10 USD bao gồm: Tắm, xông hơi, bể bơi, phòng tập.

- Massage :10 USD- 60 phút.
15 USD- 90 phút.
17 USD- 120 phút.
- Phòng tóc:Gội đầu: 2 USD.
Cắt sửa móng: 2 USD.
Cắt kiêu: 5 USD.
Nhuộm đen: 8 USD.
Nhuộm màu: 15 USD.

2.2.2.5. Phòng marketing

Marketing là một hoạt động quan trọng đối với các doanh nghiệp và tại khách sạn thì hoạt động này cũng vô cùng quan trọng. Hoạt động marketing quyết định đến sự thất bại hay thành công của khách sạn, các hoạt động quảng cáo, giới thiệu, tuyên truyền, tiếp thị tới tất cả các đối tượng khách hàng.

Hoạt động marketing chủ yếu nằm trong bộ phận phòng kinh doanh. Phòng kinh doanh được chia làm ba mảng: Banquet, du lịch và đặt phòng cho khách sạn.

Đối với mảng Banquet bao gồm nhà hàng, hội thảo và việc tổ chức các tiệc, hội thảo của các công ty, xí nghiệp do chị Hương phụ trách. Đối tượng khách của mảng này chủ yếu là những người dân của thành phố Hải Phòng.

Đối với việc đặt phòng cho khách sạn thì chị Ngọc sẽ trực tiếp đảm nhận công việc này và có anh Đào Mạnh Linh- là trưởng phòng giúp đỡ.

Về mảng du lịch do anh Luân phụ trách, công việc của mảng này là khảo sát giá của các công ty du lịch, tìm địa chỉ trên mạng để tạo mối quan hệ. Đồng thời đưa ra các chính sách giá thấp hơn, với nhiều ưu đãi hơn để thu hút khách đến với khách sạn. Thị trường du lịch mà khách sạn đang hướng tới đó là các thị trường như Hà Nội, Đà Nẵng và thành phố Hồ Chí Minh. Không chỉ có khách du lịch trong nước mà khách sạn còn đang chú ý tới đối tượng khách du lịch nước ngoài hàng năm đến với Hải Phòng, luôn tạo được sự mới mẻ, khác biệt nắm vững được thị hiếu cũng như nhu cầu tiêu dùng của khách hàng.

Công việc hàng ngày của các nhân viên phòng kinh doanh là làm các thao tác để mỗi khi khách sạn có công việc thì đều được thành công, ngoài giờ làm việc thì các nhân viên theo các mảng của mình gọi điện liên lạc, gửi mail chào đón khách đến với khách sạn. Trong một tuần có một số ngày nhân viên đi thị trường trực tiếp tiếp xúc với khách hàng để tạo mối quan hệ.

Có thể nói phòng kinh doanh chính là cơ quan đầu não của khách sạn, khách sạn muốn ngày càng phát triển vững mạnh thì đòi hỏi các nhân viên phòng kinh doanh phải làm việc hết mình, năng động, sáng tạo để thu hút khách hàng đến với khách sạn.

2.2.2.6. Các dịch vụ bổ sung.

Ngoài việc phục vụ các nhu cầu cần thiết của khách thì những dịch vụ bổ sung giúp khách thoải mái hơn trong mỗi chuyến đi của mình. Hiện nay khách sạn có rất nhiều các dịch vụ bổ sung tiêu biểu như:

❖ Dịch vụ hướng dẫn du lịch.

Để chuyến nghỉ ngơi của du khách khi tới nghỉ tại khách sạn được hoàn hảo hơn thì hoạt động hướng dẫn du lịch là rất cần thiết. Dịch vụ hướng dẫn du lịch này do bộ phận kinh doanh đảm nhiệm. Hiện nay chương trình du lịch rất đa dạng, có nhiều gói du lịch cho khách lựa chọn. Chẳng hạn một số chương trình du lịch mà khách sạn đang đưa vào khai thác như:

- Du lịch trăng mật Hải Phòng- Sa Pa (3 ngày-2 đêm, phương tiện ô tô kết hợp với tàu hoả).
- Hải Phòng- Hạ Long- Cát Bà (2 ngày 1 đêm).
- Hải Phòng- Bắc Ninh- Lạng Sơn (2 ngày- 1 đêm).
- Hải Phòng- Huế- Đà Nẵng- Hội An (6 ngày- 5 đêm).
- Xuyên Việt: Hải Phòng- Nha Trang- Đà Lạt- Tp. Hồ Chí Minh-ĐBS.Cửu Long (10 ngày- 9 đêm, phương tiện kết hợp ô tô, máy bay).
- Hải Phòng- Singapo- Hải Phòng (4 ngày- 3 đêm, phương tiện máy bay).
- Hải Phòng- Campuchia- Thái Lan - Hải Phòng (6 ngày- 5 đêm).
- Hải Phòng- Đảo Cheju- Seoul- Hải Phòng (7 ngày- 6 đêm).

- Hải Phòng- Thượng Hải- Bắc Kinh- Hàng Châu- Tô Châu- Hải Phòng (8ngày- 7 đêm, phương tiện máy bay).

- Hải Phòng- Quảng Châu- Thâm Quyển- Hải Phòng (5 ngày- 4 đêm).

- Hải Phòng- Bắc Hải- Đảo Hải Nam- Hải Phòng (6 ngày- 5 đêm).

Khách sạn có tổng thể 35 chương trình tour du lịch hấp dẫn. Và nhiều chương trình du lịch khác do khách yêu cầu.

❖ Dịch vụ hội họp, hội nghị, hội thảo:

Khách sạn có 3 phòng hội thảo diện tích từ 150m² – 500m² có thể bố trí theo mọi hình thái để phục vụ các chương trình hội thảo. Hiện tại các phòng đã được nâng cấp với hệ thống âm thanh ánh sáng hiện đại, màn hình LCD và hệ thống phiên dịch đạt tiêu chuẩn quốc tế phù hợp với các loại hình hội thảo, các buổi gặp mặt, liên hoan... Phòng hội nghị, hội thảo có thể sắp xếp theo mọi hình thái để phục vụ các chương trình khác nhau.

Bảng 7: Giá và diện tích của các phòng họp

Loại Phòng	Diện tích (m ²)	Kiểu bài trí			Giá (USD)	
		Rạp hát	Lớp học	Chữ U	1/2 ngày	1 ngày
Sea Stars 01	300	250	150	70	300	350
Sea Stars 02	70	100	50	30	150	200
Sea Stars 03	40			25	120	150

(Nguồn: Phòng kinh doanh khách sạn Sao Biển)

Chú ý đến từng chi tiết, chính xác và chuyên nghiệp là điều kiện quan trọng để tổ chức thành công một sự kiện. Tất cả các phòng được bố trí trong một không gian yên tĩnh kết hợp với các trang thiết bị hiện đại trong phòng góp phần tạo lên những thành công của các sự kiện như khách hàng mong đợi.

❖ Các dịch vụ khác:

Phòng karaoke: Với không gian thoáng đãng, thiết kế đẹp mắt, hệ thống giàn âm thanh, ánh sáng hiện đại, phần mềm chọn bài hát thông minh làm hài lòng mọi khách hàng khi tới giải trí, thư giãn.

Dịch vụ tổng đài hỗ trợ 24 giờ, dịch vụ xe đưa đón sân bay, dịch vụ gửi hành lý, quầy lưu niệm, dịch vụ gửi quà và hoa...

=> Dịch vụ bổ sung ngày càng có vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh của khách sạn. Đáp ứng và làm thỏa mãn được càng nhiều yêu cầu của khách hàng đó là một trong những chỉ tiêu mà khách sạn Sao Biển hướng tới.

2.3. Kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn Sao Biển.

Hơn hai năm đi vào hoạt động tập thể lãnh đạo và nhân viên khách sạn Sao Biển không ngừng tìm tòi để đổi mới sản phẩm, tạo ra những dịch vụ có giá trị cao hơn để thu hút và thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Kết quả thu được là hệ thống các dịch vụ tại khách sạn hiện nay rất đa dạng và tất cả đều đạt tiêu chuẩn cao cấp, trở thành những yếu tố quan trọng thu hút khách hàng.

Khách sạn đi vào hoạt động từ tháng 1 năm 2008, sau ba tháng hoạt động thì khách sạn bắt đầu có doanh thu, bước đầu có những chuyển biến mạnh mẽ đặc biệt là trong dịch vụ lưu trú. Kết quả doanh thu của khách sạn năm 2008 là 3.847.492.955 đồng, năm 2009 là 6.709.751.707 đồng. Như vậy doanh thu năm 2009 tăng 2.862.258.752 đồng so với năm 2008. Doanh thu của 2 năm không cao nhưng kết quả doanh thu của năm 2009 so với năm 2008 tăng rất nhanh chỉ sau 1 năm, như vậy doanh thu của khách sạn sẽ tăng nhanh đạt tỉ lệ % và dần đi vào ổn định.

Trong những tháng đầu mới đi vào hoạt động công suất phòng chỉ đạt 10% đến 15% và tăng dần trong các tháng tiếp theo, trung bình công suất phòng năm 2008 đạt 32%, đến năm 2009 thì công suất phòng trung bình đạt 38%, có những ngày cao điểm khách sạn đạt được 90% công suất phòng, đó là điều đáng mừng trong lĩnh vực kinh doanh lưu trú của khách sạn. Tuy nhiên trong thị trường cạnh tranh khốc liệt như hiện nay thì khách sạn cần phải có những chiến lược nhằm tối đa hóa năng suất phòng hạn chế đến mức thấp nhất số phòng trống trong ngày cũng như trong năm.

2.3.1. Kết quả kinh doanh dịch vụ lưu trú.

Bảng 8: Kết quả doanh thu của dịch vụ lưu trú.

Chỉ tiêu	Năm	
	2008	2009
Tổng doanh thu (VND)	3.847.492.955	6.709.751.707
Doanh thu lưu trú (VND)	2.285.607.089	2.779.586.723
Tỉ lệ trong tổng doanh thu (%)	59,4	41,4

(Nguồn: phòng kế toán khách sạn Sao Biển)

Trong 2 năm thì doanh thu của bộ phận lưu trú tăng, nhưng tỉ lệ doanh thu của bộ phận lưu trú so với tỉ lệ trong tổng doanh thu của khách sạn giảm.

Năm 2009 so với năm 2008: Doanh thu tăng 493.979.634 đồng, do lượng khách quen của khách sạn không giảm cộng thêm khách vắng lai vào những tháng cuối năm tăng. Nhưng so với tỉ lệ phần trăm trong tổng doanh thu thì dịch vụ lưu trú lại giảm 18%, năm 2008 khách sạn mới đi vào hoạt động, doanh thu chủ yếu của khách sạn là từ dịch vụ lưu trú, nhưng đến năm 2009 thì khách sạn bắt đầu hoàn thiện các dịch vụ bổ sung, vì vậy tỉ lệ phần trăm trong tổng doanh thu của bộ phận lưu trú không còn chiếm ưu thế nữa.

2.3.2. Kết quả kinh doanh của dịch vụ ăn uống.

Bảng 9: Kết quả doanh thu của dịch vụ ăn uống.

Chỉ tiêu	Năm	
	2008	2009
Tổng doanh thu (VND)	3.847.492.955	6.709.751.707
Doanh thu bộ phận ăn uống (VND)	1.183.832.447	3.012.378.609
Tỉ lệ trong tổng doanh thu (%)	30,8	44,9

(Nguồn: Phòng kế toán khách sạn Sao Biển)

Nhìn vào bảng số liệu ta thấy doanh thu cũng như tỉ lệ phần trăm trong tổng doanh thu của bộ phận ăn uống có bước chuyển biến rõ rệt.

Năm 2009 so với năm 2008 doanh thu từ dịch vụ ăn uống tăng lên đáng kể, cụ thể: Năm 2009 tăng 1.828.555.162 đồng so với năm 2008, tỉ lệ phần trăm trong tổng doanh thu tăng 14,1%. Như vậy bình quân mỗi % tỉ lệ trong tổng doanh thu tăng tương ứng với 129.684.763 đồng. Sở dĩ doanh thu từ bộ phận ăn uống tăng nhanh là do khách sạn đã biết đầu tư vào lĩnh vực này, để doanh thu từ dịch vụ ăn uống tương đương với dịch vụ lưu trú và trở thành 2 dịch vụ có doanh thu chính của khách sạn.

2.3.3. Kết quả kinh doanh của các dịch vụ bổ sung.

Bảng 10: Kết quả doanh thu của các dịch vụ bổ sung.

Chỉ tiêu	Năm	
	2008	2009
Tổng doanh thu (VND)	3.847.492.955	6.709.751.707
Doanh thu của các dịch vụ bổ sung (VND)	378.053.419	917.786.375
Tỉ lệ trong tổng doanh thu (%)	9,8	13,8

(Nguồn: Phòng kế toán khách sạn Sao Biển)

Đầu tư và hoàn thiện các dịch vụ bổ sung chính là tăng nguồn doanh thu cho khách sạn. Nhìn vào bảng số liệu 10 ta thấy:

Doanh thu từ các dịch vụ bổ sung của năm 2009 so với năm 2008 tăng 539.732.956 đồng.

Tỉ lệ % của dịch vụ bổ sung trong tổng doanh thu cũng tăng 4%, như vậy bình quân mỗi phần trăm tỉ lệ trong tổng doanh thu tăng thì tương ứng với 134.933.239 đồng.

=> Có thể thấy khách sạn đã chú trọng đến việc kinh doanh các dịch vụ bổ sung, các dịch vụ bổ sung của khách sạn ngày càng phong phú như dịch vụ hướng dẫn du lịch, thuê xe...đặc biệt là câu lạc bộ sức khoẻ với các trang thiết

bị hiện đại nhất hiện nay, có các phòng massage riêng cho nam và nữ, cùng đội ngũ nhân chuyên nghiệp đã mang lại cảm giác thư giãn cho khách khi tới sử dụng các dịch vụ ở đây.

2.4. Đánh giá chung về thực trạng hoạt động kinh doanh của khách sạn.

2.4.1. Những ưu điểm mà khách sạn cần đẩy mạnh và phát huy.

Một trong những yếu tố quan trọng để cho ra đời một khách sạn đó là yếu tố vị trí địa lý. Khách sạn Sao Biển tọa lạc trên đường Lê Hồng Phong là một trong những con đường đẹp nhất của thành phố, gần sân bay Cát Bi và gần trung tâm thương mại lớn nhất của thành phố. Đây là ưu điểm lớn mà không phải đối thủ cạnh tranh nào cũng có.

Là một khách sạn mới ra đời cho nên trang thiết bị tiện nghi sang trọng và hiện đại, chất lượng chủng loại đồng bộ, thuộc loại cao cấp nhất hiện nay. Khách sạn đã và đang ứng dụng những thành tựu mới nhất của công nghệ thông tin để phục vụ cho công tác quản lý của khách sạn. Để công việc quản lý dễ dàng và thuận lợi, khách sạn đã đưa vào nhiều thiết bị công nghệ như toàn bộ khách sạn được gắn hệ thống camera hồng ngoại tại cổng ra vào của nhân viên, hành lang, các điểm công cộng trong, và xung quanh khách sạn. Tất cả các camera này đều được nối tới màn hình trong phòng an ninh nội bộ, nhằm kiểm soát mọi hoạt động ra vào của khách cũng như của nhân viên, đặc biệt nó giúp ban giám đốc quản lý chặt chẽ nhân viên của từng bộ phận. Phát hiện ra các vi phạm để ngăn chặn kịp thời và đưa ra các bằng chứng xác thực cho các vi phạm ấy. Ngay từ khi mới thành lập khách sạn thì công tác quản lý giờ làm việc của nhân viên vô cùng phức tạp, nhân viên khi ra vào khách sạn phải thông báo cho bảo vệ, phải ghi rõ họ tên, giờ làm việc mất rất nhiều thời gian. Nhưng từ khi đưa hệ thống chấm công bằng thẻ vào hoạt động thì công việc đó đã trở nên rất nhanh chóng và chính xác tuyệt đối. Nhân viên chỉ cần lấy thẻ cá nhân cào vào khe đọc của thẻ máy sẽ chấm công và tự động ghi lại giờ ra vào, ngày tháng năm và báo hiệu trễ giờ bằng màu tương phản giúp công tác quản lý nhân viên được đảm bảo công bằng tuyệt đối. Ngoài ra khách

sạn còn dùng nhiều thiết bị công nghệ khác như hệ thống bộ đàm cầm tay, giúp công tác quản lý giữa các bộ phận dễ dàng trao đổi công việc khi có việc gấp. Hay phần mềm lập trình thủ tục check-in, check-out cho khách bằng máy tính, giúp lễ tân làm việc nhanh và hiệu quả hơn. Các phòng trong khách sạn đều được lắp khoá từ đảm bảo an toàn tuyệt đối khi khách thuê phòng.

Khách sạn ra đời khi đã nắm bắt được các nhu cầu thiết yếu của con người. Để hoàn thiện những nhu cầu đó, khách sạn Sao Biển đã cho ra đời nhiều sản phẩm dịch vụ đa dạng với chất lượng cao, đáp ứng được mọi nhu cầu của khách khi tới nghỉ ngơi cũng như công tác tại khách sạn.

Có nhiều ưu đãi đối với khách đến lưu trú như tặng vé ăn sáng miễn phí, miễn phí dùng bể bơi, và vé giảm giá ở câu lạc bộ sức khoẻ, hoa quả tươi trong phòng mỗi ngày...

Một trong những đặc điểm mà ngành dịch vụ yêu cầu đó là sự năng động và trẻ trung thì đội ngũ nhân viên của khách sạn đã đáp ứng được yêu cầu đó. Cùng với đội ngũ quản lý có trình độ và chuyên môn nghiệp vụ cao, góp phần không nhỏ cho quá trình phát triển của khách sạn.

Hàng tháng ban giám đốc mở thêm lớp học ngoại ngữ cũng như nghiệp vụ cho nhân viên, điều này không chỉ làm cho chất lượng phục vụ của khách sạn ngày càng được nâng cao mà còn khích lệ rất lớn tinh thần cho nhân viên.

Bên cạnh đó khách sạn còn đưa ra những chuẩn mực về tinh thần, trách nhiệm công việc và thái độ phục vụ cho mỗi nhân viên trong khách sạn. Mỗi nhân viên đều được lựa chọn, đào tạo và phổ biến mọi quy tắc cũng như nội quy của khách sạn, theo từng nhiệm vụ và chứa năng của mỗi nhân viên sẽ đảm nhiệm.

Được quản lý chặt chẽ bởi các tiêu chuẩn nhất định về ISO 9000 về quản lý chất lượng, ISO 1400 về quản lý môi trường, HACCP/ISO 2200 về quản lý an toàn thực phẩm, đó là các chuẩn mực làm cho du khách hoàn toàn yên tâm khi sử dụng các dịch vụ.

2.4.2. Những nhược điểm.

Khách sạn Sao Biển là một trong những khách sạn có cơ sở vật chất kỹ thuật tốt đồng bộ đáp ứng được yêu cầu của một khách sạn 4 sao. Song chất lượng phục vụ chưa thật xứng đáng với tầm cỡ của khách sạn.

Đội ngũ nhân viên có trình độ còn hạn chế, kèm theo đó là trình độ ngoại ngữ chưa đáp ứng được yêu cầu của một khách sạn mang tầm cỡ quốc tế. Nhân viên biết được 2 ngoại ngữ trở lên là rất ít. Thông thường nhân viên chỉ biết một ngoại ngữ đó là tiếng Anh, mà khách đến với khách sạn thường là khách Trung Quốc, Hàn Quốc và Nhật Bản, ba ngoại ngữ này nhân viên khách sạn hầu như không ai biết sử dụng, gây rất nhiều khó khăn cho công tác phục vụ khách, điều này khách sạn cần được khắc phục.

Số lượng nhân viên của khách sạn hiện nay là 120 người chưa tương xứng với quy mô 4 sao của khách sạn. Đặc biệt là bộ phận nhà hàng, nhân viên quá ít chỉ có 15 người cộng cả nhân viên bar, vào mùa cưới nhân viên nhà hàng phải làm việc với cường độ cao. Tạo áp lực rất lớn cho nhân viên ở bộ phận này, vào những ngày tiệc đông, khách sạn không tuyển dụng thêm nhân viên thời vụ mà điều động nhân viên ở bộ phận khác như buồng, lễ tân, cả doormen lên nhà hàng để phục vụ tiệc cưới, do những nhân viên này không có nghiệp vụ bàn nên trong quá trình phục vụ đã xảy ra những sai sót không đáng có.

Bát đĩa tại nhà hàng chưa đầu tư và bổ sung kịp thời, có đôi khi mang cả bát bị sứt mẻ cho khách dùng, trên bát đĩa không có in logo của khách sạn. Nhà bếp không có hệ thống máy rửa bát, và sấy bát. Đây là điều mà khách sạn cần quan tâm và quy chuẩn hoá hơn nữa.

Đội ngũ nhân viên trẻ cũng có khó khăn đó là thiếu kinh nghiệm trong giao tiếp, ứng xử, không nhanh nhẹn trong việc xử lý các tình huống.

Công tác quản lý còn rập khuôn máy móc trong việc xử lý nhân viên các bộ phận. Các hình phạt với nhân viên được đưa ra và áp dụng nhiều hơn việc

khen thưởng và tuyên dương những nhân viên và tập thể có thành quả lao động cũng như ý thức tốt trong công việc.

Mức lương trung bình của nhân viên còn thấp, khó khăn trong việc nhân viên sẽ gắn bó lâu dài.

Nhìn chung nhân viên của khách sạn Sao Biển ở các bộ phận đều có chuyên môn nghiệp vụ, song ý thức tự giác trong công việc chưa cao, luôn cần sự giám sát chặt chẽ của ban giám đốc và các bộ phận liên quan.

Khách sạn chưa có đội ngũ hướng dẫn viên quốc tế cũng như hướng dẫn viên nội địa chuyên nghiệp, thường phải thuê hướng dẫn của các công ty du lịch khác khi khách có yêu cầu.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DỊCH VỤ TẠI KHÁCH SẠN SAO BIỂN

3.1. Định hướng phát triển kinh doanh của khách sạn

❖ *Phương hướng chung:*

Phương châm kinh doanh của khách sạn là: “The foundation of a great hotel is trust and loyalty” (nền tảng của một khách sạn lớn là sự uy tín và trung thành). Trong bất kì thời điểm hay hoàn cảnh nào thì cán bộ và nhân viên khách sạn Sao Biển luôn trung thành với phương châm đó để khẳng định đẳng cấp và thương hiệu của khách sạn quốc tế Sao Biển. Từ nhu cầu thị trường cũng như hoạt động kinh doanh của khách sạn trong năm 2008 và 2009 thì khách sạn cần đặt ra cho mình những phương hướng riêng để đưa doanh nghiệp tiến xa hơn nữa.

Khách sạn cần phải từng bước hoàn thiện các dịch vụ bổ sung, đa dạng hoá các sản phẩm, nâng cao chất lượng phục vụ, đảm bảo an toàn thực phẩm, vệ sinh môi trường, phù hợp với hạng sao của khách sạn.

Tăng cường quảng bá hình ảnh về khách sạn Sao Biển với thị trường trong và ngoài nước, giữ mối quan hệ lâu dài với các công ty, tập đoàn là khách hàng thân thiết của khách sạn. Ngoài ra khách sạn cần tăng cường mối quan hệ với các cơ sở, ban ngành chức năng để có thể nắm bắt thông tin kịp thời về sự thay đổi trong chính sách, tình hình các sự kiện lớn sắp diễn ra nhằm vạch ra các chiến lược thu hút khách.

Tăng cường công tác quản lý về mọi mặt, chú trọng hoạt động của tổ chức công đoàn nhằm xây dựng đơn vị vững mạnh.

Xây dựng quỹ hỗ trợ cán bộ công nhân viên, tạo điều kiện cho cán bộ công nhân viên có đời sống kinh tế ổn định, từ đó gắn bó với khách sạn, chuyên tâm hơn cho công tác.

Hoàn chỉnh hệ thống website của khách sạn để tăng cường quảng bá và đẩy mạnh công tác bán hàng qua mạng.

Để tạo được chỗ đứng trên thị trường cạnh tranh khốc liệt giữa các doanh nghiệp như hiện nay, đòi hỏi khách sạn phải làm thế nào để tăng lượng khách quốc tế đến và tăng số ngày lưu trú bình quân của khách.

❖ **Mục tiêu:**

Phấn đấu tăng mức doanh thu hàng năm, năm sau tăng 1,5 đến 2 lần so với năm trước đảm bảo doanh thu bù đắp chi phí và có lãi. Tăng công suất sử dụng phòng sao cho công suất bình quân đạt trên 70%,

Xác định rõ thị trường mục tiêu và thị trường tiềm năng, đẩy mạnh hoạt động marketing.

Trên cơ sở đó hoàn thiện các dịch vụ bổ sung, điều chỉnh giá phòng sao cho hợp lý với từng thời điểm trong năm.

Bồi dưỡng kiến thức, nâng cao trình độ chuyên môn cho đội ngũ lao động, mở các lớp đào tạo ngắn hạn, cử nhân viên đi học thêm nghiệp vụ và kỹ năng giao tiếp.

Tăng cường cơ sở vật chất kỹ thuật, trang thiết bị tiện nghi.

3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao hoạt động kinh doanh tại khách sạn Sao Biển.

3.2.1. Xác định rõ thị trường mục tiêu và thị trường tiềm năng, đẩy mạnh hoạt động marketing:

Thị trường khách là yếu tố vô cùng quan trọng mà bất kỳ doanh nghiệp kinh doanh các dịch vụ du lịch nào cũng cần quan tâm và tìm cách khai thác có hiệu quả nhất. Sản phẩm mà khách sạn kinh doanh là các dịch vụ du lịch như: Lưu trú, ăn uống, và các dịch vụ bổ sung khác liên quan. Chính vì vậy khách sạn cần xác định rõ thị trường của mình xem thị trường mục tiêu mà khách sạn muốn khai thác, chiếm lĩnh nằm ở vùng nào, nước nào, khu vực nào, khách sạn muốn khai thác nhóm khách nào là chủ yếu. Với thực trạng kinh doanh của khách sạn Sao Biển hiện nay thì đối tượng khách có thể là khách nội địa và

khách quốc tế ở khu vực châu Á là những đối tượng khách có khả năng chi trả cao và trung bình, đòi hỏi khá cao về chất lượng phục vụ.

Khi đã xác định được thị trường mục tiêu của mình, để tiếp cận nó không có cách nào khác là phải chú trọng đến công tác marketing. Đặc biệt trong thời những năm gần đây xuất hiện nhiều khách sạn cao cấp có quy mô lớn, mức độ cạnh tranh cao điều có làm cho công các nghiên cứu thị trường có vai trò hết sức to lớn.

Bên cạnh mở rộng thị trường khách hiện có, khách sạn cần mở rộng hơn nữa thị trường khách có khả năng thanh toán cao, muốn đạt được điều đó khách sạn cần có một đội ngũ marketing chuyên nghiệp, từ đó kịp thời đưa ra các chiến lược nhằm thu hút thị trường khách mà khách sạn muốn hướng tới. Khách sạn cần tăng cường công tác quảng cáo hơn nữa qua các phương tiện thông tin đại chúng như qua tạp chí du lịch, mạng internet, tờ gấp... Tìm cách củng cố và tạo mối quan hệ với các đối tượng khách hàng thân thiết và các công ty du lịch trong nước, các tổ chức du lịch nước ngoài, đưa ra các ưu đãi để thu hút họ đến với khách sạn. Đồng thời khách sạn nên tìm cách liên hệ với các cơ quan, nhà máy, xí nghiệp, trường học... thu hút họ tiêu dùng sản phẩm lữ hành của khách sạn trong thời gian nghỉ phép của năm.

Phối hợp với các tổ chức kinh tế xã hội, để tham gia các hoạt động từ thiện có ý nghĩa như xây dựng quỹ trẻ em nghèo có hoàn cảnh khó khăn, quan tâm đến những em nhỏ ở trại trẻ mồ côi tại thành phố Hải Phòng... đó là những hoạt động từ thiện có ích cho xã hội mà qua đó có thể tạo được hình ảnh của khách sạn.

Tổ chức các sự kiện, hội nghị hội thảo là một trong những dịch vụ bổ sung của khách sạn. Cần có những chiến lược marketing đến từng đối tượng này để họ thấy được những tiện nghi, nhưng ưu đãi mà họ được hưởng khi tới sử dụng sản phẩm của khách sạn.

Trong việc đẩy mạnh hoạt động marketing khách sạn cần quan tâm đến chính sách về giá cả, bởi vì giá cả cũng là một trong những yếu tố quyết định

đến sự tiêu dùng các dịch vụ của khách, để khách thấy chất lượng dịch vụ tốt mà giá cả lại như nhau hay cũng có thể rẻ hơn. Vì vậy khi giới thiệu sản phẩm, cần đề cập đến những chính sách ưu đãi về giá cả cho từng đối tượng khách vào từng thời điểm khác nhau.

Không ngừng tăng cường công tác trung cầu ý kiến từ phía khách hàng để có thể biết được xu hướng sản phẩm mà họ muốn dùng là gì, đồng thời có thể đánh giá được chất lượng sản phẩm dịch vụ hạn chế tối đa những nhược điểm sản phẩm của mình. Nghiên cứu thị trường đồng thời cho ta biết khả năng cạnh tranh của khách sạn mình so với các khách sạn khác có cùng quy mô trên địa bàn.

3.2.2. Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động.

Chất lượng phục vụ phụ thuộc rất nhiều vào đội ngũ nhân viên khách sạn, có thể nói đây là yếu tố quyết định đến việc sẵn sàng đón tiếp khách của khách sạn. Bởi vì nhân viên phục vụ là người tiếp xúc trực tiếp với khách, họ thay mặt khách sạn phục vụ khách. Với thái độ quan tâm đến khách và sự khéo léo trong giao tiếp, người nhân viên sẽ tạo được sự hài lòng và thoải mái cho khách, giữ khách ở lại lâu hơn và tiêu dùng nhiều hơn sản phẩm của khách sạn. Ngược lại nếu nhân viên đó tỏ thái độ thờ ơ với khách thì họ sẽ lảng lạng bỏ đi mà không bao giờ quay lại. Do đó việc cải thiện chất lượng đội ngũ lao động là rất cần thiết đối với một khách sạn 4 sao.

Cũng như nhiều khách sạn khác, khách sạn có nhiều nhân viên được tuyển dụng bằng hình thức nội bộ, tức họ là người nhà, người thân...vì vậy khách sạn sẽ có một đội ngũ nhân viên trung thành, có tinh thần trách nhiệm. Nhưng khách sạn đã bỏ qua cơ hội tuyển dụng được những lao động có trình độ chuyên môn cao, năng động từ bên ngoài. Điều này khách sạn cần khắc phục bằng cách hạn chế tuyển dụng bằng hình thức nội bộ đến mức thấp nhất hoặc đào tạo lại cho những nhân viên chưa có chuyên môn nghiệp vụ. Bố trí, sắp xếp họ ở những bộ phận hợp lý sao cho phù hợp với tính chất công việc của khách sạn.

Công việc tuyển dụng lao động cần được tiến hành theo một trình tự nhất định từ khâu tuyển dụng bồi dưỡng cho đến khâu quản lý lao động.

Khách sạn cần tăng cường nguồn nhân lực cho bộ phận marketing và bộ phận nhà hàng, lễ tân.

Nhân viên biết ngoại ngữ Nhật và Trung không nhiều, vì vậy khắc phục nhược điểm này luôn trong khâu tuyển dụng.

Để tuyển chọn vào bộ phận quan trọng như nhân viên lễ tân thì cần có công tác tuyển chọn một cách kỹ lưỡng, có bài bản, yêu cầu cao, có chuyên môn nghiệp vụ, có ngoại ngữ, cũng như ngoại hình. Để xứng đáng với bộ mặt của một khách sạn quốc tế.

Thường thì khách sạn chỉ tuyển nhân viên vào vị trí nhà hàng. Sau một thời gian làm việc, nếu nhân viên nào có khả năng giao tiếp tốt cũng như ngoại hình tốt thì đưa lên bộ phận lễ tân. Điều này không mất nhiều thời gian trong công tác tuyển dụng, nhưng lại mất thời gian trong vấn đề đào tạo lại. Trong khi đó nhà hàng lại mất đi những nhân viên có kinh nghiệm và lại phải mất công đào tạo cho những nhân viên thay thế. Chính vì vậy khách sạn lên tuyển những nhân viên có kinh nghiệm, chuyên môn cao vào bộ phận lễ tân.

Khách sạn cần xây dựng chế độ lương, thưởng phù hợp để khuyến khích nhân viên làm việc. Ngoài thưởng vào những ngày lễ tết... còn thưởng cho những sáng tạo, sáng kiến của nhân viên, thưởng khi bộ phận nào vượt chỉ tiêu kế hoạch đề ra.

Duy trì lại việc mở lớp ngoại ngữ cho nhân viên trong khách sạn, về nghiệp vụ thì đào tạo tại chỗ: nhân viên làm trước có nhiều kinh nghiệm thì hướng dẫn nhân viên mới, hoặc cử đi học tại các trung tâm, tham gia các cuộc thi tay nghề...

Các cán bộ quản lý phải thường xuyên học hỏi, trau dồi kinh nghiệm quản lý của mình, cần lắng nghe ý kiến của những nhân viên cấp dưới.

Phải giao chỉ tiêu cụ thể cho từng bộ phận, lập ra phương án kinh doanh tập thể, trực tiếp gắn liền với tiền lương, tiền thưởng với kết quả kinh tế của khách sạn với những cán bộ nhân viên trực tiếp phục vụ khách.

3.2.3. Nâng cao chất lượng phục vụ.

Mỗi một khách sạn khi ra đời đều có một tiêu chuẩn về chất lượng phục vụ riêng, sao cho phù hợp với điều kiện của mỗi khách sạn. Chất lượng phục vụ tạo ra phong cách riêng của mỗi khách sạn, ấn tượng để lại cho khách hàng có tốt hay không phụ thuộc nhiều vào chất lượng phục vụ. Hoạt động kinh doanh khách sạn là hoạt động của nhiều bộ phận khác nhau trong khách sạn để tạo ra một sản phẩm hoàn hảo, chính vì vậy mà các bộ phận trong khách sạn cần có sự phối hợp chặt chẽ với nhau để tạo ra một sản phẩm dịch vụ hoàn hảo đó. Trong điều kiện cạnh tranh gay gắt như hiện nay, các khách sạn lớn và nhỏ đều không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ để khẳng định vị thế của mình trong tâm trí khách hàng. Khách sạn Sao Biển ra đời chưa được lâu để khẳng định vị thế của mình trong làng khách sạn thì cần phải quan tâm hơn nữa đến vấn đề cải thiện và nâng cao chất lượng phục vụ.

Chất lượng dịch vụ là kết quả của quá trình đánh giá tích lũy của khách hàng dựa trên sự so sánh chất lượng mà khách hàng mong đợi với mức độ chất lượng mà họ nhận được. Vì vậy để biết chất lượng dịch vụ của mình như thế nào thì khách sạn cần quan tâm đến ý kiến của khách hàng có thể từ phiếu điều tra bằng bảng hỏi, hoặc lắng nghe ý kiến phản hồi trực tiếp từ khách hàng với nhân viên, cũng như sự đóng góp ý kiến của cán bộ quản lý. Để xem xét khả năng thoả mãn chất lượng dịch vụ của khách sạn mình như thế nào, từ đó tìm ra những điểm yếu, những sai sót còn tồn tại, còn những ưu điểm, những điểm mạnh cần duy trì và phát huy.

Một trong những chỉ tiêu quan trọng để đánh giá chất lượng phục vụ đó chính là thái độ phục vụ của nhân viên. Người phục vụ được ví như “làm dâu trăm họ”, hàng ngày nhân viên phục vụ phải tiếp xúc với nhiều khách hàng khác nhau với nhiều tính cách, sở thích, dân tộc, ngành nghề khác nhau. Vì thế

đòi hỏi các nhân viên phải linh hoạt trong phục vụ để có thể làm hài lòng kể cả những khách hàng khó tính nhất. Các trưởng bộ phận luôn thường xuyên kiểm tra, theo dõi thái độ của nhân viên đối với khách hàng, để kịp thời chỉnh sửa, nhắc nhở, vì chỉ cần một sai sót nhỏ cũng mất đi sự chuyên nghiệp trong phong cách phục vụ.

Việc xây dựng những chuẩn mực về phong cách phục vụ của nhân viên đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng thành công thương hiệu của mình trong lòng mỗi khách hàng. Chất lượng dịch vụ tăng lên sẽ tạo ra nội lực cạnh tranh cho khách sạn. Các tiêu chuẩn của khách sạn phải được nhân viên kịp thời nắm bắt và cập nhật thường xuyên.

Vào mùa tiệc cưới đông, nhân viên nhà hàng không đủ để đáp ứng khả năng phục vụ, khách sạn không nên tăng cường nhân viên ở các bộ phận khác, vì những nhân viên này không có chuyên môn nên xảy ra nhiều sơ suất đáng tiếc như đặt thức ăn bị rơi vãi, thậm chí đổ nước canh vào người khách, như vậy rất làm ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ và để lại những ấn tượng xấu cho thực khách. Vì thế mà khách sạn cần thuê những nhân viên có nghiệp vụ nhà hàng vào những ngày tiệc đông để chất lượng phục vụ của nhà hàng không bị ảnh hưởng.

Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động trực tiếp, gián tiếp cũng chính là nâng cao chất lượng phục vụ trong khách sạn, xây dựng ý thức coi khách hàng là thượng đế, là trung tâm của quá trình phục vụ, khách luôn đúng, khi phục vụ phải thoả mãn tối đa nhu cầu của họ. Như vậy các nhân viên trong khách sạn cần thực hiện 10 lời khuyên sau:

1. Phải luôn giữ nụ cười trên môi.
2. Chú ý lắng nghe, tán thưởng khi khách hàng nói.
3. Biết tạo dáng vẻ, cử chỉ thân thiện.
4. Quan tâm đến sở thích của khách hàng.
5. Không bao giờ từ chối thẳng thừng với khách.
6. Luôn tạo cơ hội để cho khách thể hiện mình.

7. Làm cho khách thấy được tầm quan trọng của họ.

8. Phải biết nhấn mạnh vào sợi dây tình cảm của khách để có được ấn tượng của họ

9. Không bao giờ được sảng giọng, nổi nóng với khách hàng mà phải ôn tồn, nhẹ nhàng.

10. Những câu “cảm ơn”, “xin lỗi” là câu cửa miệng khôn ngoan nhất của người phục vụ.

Chất lượng phục vụ cũng được thể hiện qua trang phục của nhân viên. Nhân viên phải mặc đúng trang phục của từng bộ phận. Trang phục phải ngay ngắn, chỉnh tề sạch sẽ, trang điểm nhẹ nhàng, không nên trang điểm quá đậm sẽ gây phản cảm cho người đối diện. Như vậy sẽ tạo được ấn tượng đầu tiên về người phục vụ trong lòng khách hàng.

Nhân viên cần nhớ những thói quen tiêu dùng của những khách hàng quen thuộc, để khi họ đến sử dụng dịch vụ có thể thấy được sự quan tâm của khách sạn dành cho mình và đồng thời để khách có cảm nhận được thể hiện mình.

3.2.4. Tăng cường cơ sở vật chất kĩ thuật, trang thiết bị tiện nghi.

Cơ sở vật chất kĩ thuật là một nhân tố phản ánh chất lượng và quyết định đến số lượng của các sản phẩm dịch vụ cung cấp cho khách. Cơ sở vật chất kĩ thuật, cũng như trang thiết bị tiện nghi có chất lượng cao, đồng bộ là yếu tố đầu tiên hấp dẫn thu hút khách hàng.

Khách sạn Sao Biển mới đi vào hoạt động, nên cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn còn tương đối mới, đặc biệt là khu vực phòng ở của khách. Còn các khu vực khác thì khách sạn cần phải quan tâm và đầu tư nhiều hơn đến các trang thiết bị để phục vụ kinh doanh. Đặc biệt là khu vực nhà hàng và nhà bếp.

Hàng ngày nhân viên làm phòng cần quan tâm đến các trang thiết bị trong phòng khách, các thiết bị đèn điện phải thường xuyên kiểm tra, thay mới. Thay thế những đồ vải đã cũ và ngả màu. Khách sạn nên đặt một số chậu cây cảnh ở hai đầu của dãy hàng lang và gần khu vực thang máy để tạo nên không gian thân thiện hơn trước khi khách bước vào phòng của mình.

Trên tầng thượng của khách sạn ngày trước là một Cityview Bar, nhưng do cơ sở vật chất chưa hiện đại và cách bố trí không gian chưa hấp dẫn, nên không thu hút được khách. Khách sạn cần có các biện pháp để khôi phục và đưa Cityview Bar đó vào hoạt động trở lại, bởi đó có không gian rất đẹp và yên tĩnh.

Trong quá trình thực tập tại khách sạn, bộ phận nhà hàng là nơi em thực tập nhiều nhất và thấy được những bất cập do thiếu cơ sở vật chất kỹ thuật. Thường thì khi vắng khách, nhân viên phục bếp phải rửa bát, còn những ngày tiệc đông, khách sạn phải thuê nhân viên ngoài vào rửa, hàng năm mức phí phải bỏ ra là không nhỏ. Hơn nữa bát đĩa rửa không được sạch, trong quá trình rửa bị vỡ và mẻ không ít. Khi rửa xong không lau khô ngay thì bát đĩa sẽ có mùi mốc và tanh không đảm bảo vệ sinh. Vì vậy để đầu tư lâu dài khách sạn cần trang bị hệ thống máy rửa bát và sấy bát, nhằm đảm bảo vệ sinh dụng cụ, đồng thời hạn chế đến mức thấp nhất các dụng cụ đồ ăn bị hư hỏng, tiết kiệm chi phí thuê nhân công rửa bát.

Bát đĩa trong khách sạn không đồng bộ, đặc biệt là bát ăn có rất nhiều kích cỡ, trong quá trình rửa thì những dụng cụ bằng sứ bị mẻ rất nhiều, khách sạn cần chọn lọc và thay thế. Khăn ăn trong khách sạn chủ yếu là khăn màu trắng. Trong quá trình sử dụng khăn đã bị ố và có những vết bẩn không thể giặt sạch, khi giặt lại không hồ tinh bột cho nên khăn rất mềm không có độ cứng để gấp khăn cho đẹp. Như vậy sẽ khiến cho cảm nhận đầu tiên của khách hàng sẽ không tốt khi ngồi vào bàn ăn. Tuy chỉ là yếu tố rất nhỏ nhưng nó lại có ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng dịch vụ của khách sạn vì vậy khách sạn cần thay lại những khăn màu trắng đã vàng ố, những khăn có màu vết bẩn và bị rách bằng khăn màu hồng nhạt để phối hợp với màu khăn trải bàn tạo nên sự sang trọng hơn cho bàn ăn. Cần phân biệt ra làm hai loại khăn ăn, một loại dùng cho khách tiệc cưới, một loại dùng cho khách ăn Alacarte.

Hệ thống bàn đá tại nhà hàng Âu rất nặng, gây khó khăn cho nhân viên nhà hàng vì phải thường xuyên vận chuyển, thay thế bàn tròn mỗi khi có khách

đặt tiệc cưới. Chân bàn đá hiện nay đã có nhiều cái bị lung lay do quá trình vận chuyển nhiều, vì vậy khách sạn cần có kế hoạch tu sửa hoặc thay thế những bàn gỗ để vận chuyển hơn.

Hiện nay tầng hội thảo là nơi mà khách lựa chọn để đặt tiệc cưới nhiều hơn là nhà hàng Á, việc vận chuyển các dụng cụ cũng như đồ ăn gây không ít khó khăn cho nhân viên nhà hàng và nhà bếp. Chính vì thế mà khách sạn cần đầu tư cho bộ phận này thêm một số xe đẩy lớn để tiện cho việc vận chuyển và thu dọn bàn ăn.

3.2.5. Hoàn thiện các dịch vụ bổ sung.

Khi đời sống xã hội ngày càng được nâng cao thì nhu cầu của con người cũng đa dạng và luôn thay đổi không ngừng theo thời gian. Trong kinh doanh khách sạn cũng vậy sự đa dạng hoá sản phẩm các dịch vụ du lịch luôn là yếu tố tất yếu để đáp ứng nhu cầu đa dạng đó của con người.

Từ khi mới đi vào hoạt động đến nay khách sạn Sao Biển đã đưa những dịch vụ bổ sung vào hoạt động kinh doanh của mình để thu hút khách hàng. Ngoài những dịch vụ chính mà khách sạn có như dịch vụ lưu trú và dịch vụ ăn uống, cần mở rộng dịch vụ bổ sung mà khách sạn đang kinh doanh như dịch vụ kinh doanh lễ hành, dịch vụ massage...

Tăng cường cơ sở vật chất, đầu tư trang thiết bị tiện nghi là góp phần hoàn thiện các dịch vụ bổ sung, nếu cơ sở vật chất kỹ thuật tốt thì việc kinh doanh của các dịch vụ đó cũng được hoàn thiện hơn.

Hiện nay các trang thiết bị ở phòng giặt là chỉ có thể giặt được những đồ vải đơn giản như khăn bàn, khăn ăn, và một số đồ dễ giặt của khách, không giặt được quần áo cần giặt khô, khi khách có nhu cầu giặt, thì phòng giặt là nhận và đem ra ngoài giặt cho khách, phần lớn đồ vải trong phòng khách đều giặt ở ngoài, vì vậy khách sạn cần đầu tư trang thiết bị cho phòng giặt là. Hiện nay lượng khách đến với khách sạn ngày càng tăng, nhu cầu giặt là là dịch vụ cần thiết đối với những khách hàng ở dài ngày. Có thể nhận thêm các đơn giặt là ở bên ngoài để tăng doanh thu.

Khách sạn chưa chú ý đến việc kinh doanh dịch vụ lữ hành. Dịch vụ lữ hành của khách sạn chủ yếu phục vụ đối tượng khách lưu trú tại khách sạn, vì vậy khách sạn cần quan tâm và mở rộng hơn nữa mảng dịch vụ này để nó trở thành dịch vụ chính. Muốn vậy khách sạn cần có phòng lữ hành riêng biệt, tách ra khỏi phòng kinh doanh, có những chiến lược quảng cáo tốt để mọi người biết đến dịch vụ này của khách sạn như một địa chỉ đáng tin cậy.

Đối với dịch vụ vận chuyển thì hiện nay số lượng khách ở dài hạn cũng ngày một tăng lên và đối tượng khách này đều không có phương tiện để đi lại. Khách sạn có thể cung cấp dịch vụ cho thuê xe máy, xe đạp để họ có thể tự khám phá thành phố mình ở vào thời gian cuối tuần hoặc khi họ rảnh rỗi.

Dịch vụ đổi tiền: Khách sạn cần liên kết với ngân hàng để lắp đặt một máy sử dụng thẻ ATM tại sảnh cho khách. Điều này rất quan trọng đối với khách hàng, nhất là khách quốc tế.

Dịch vụ bán đồ lưu niệm cho khách gần như hoạt động không hiệu quả, số lượng các mặt hàng chưa phong phú, vì vậy khách sạn cần có những mặt hàng mới mẻ, độc đáo đặc mang đậm bản chất dân tộc Việt Nam, để phục vụ cho đối tượng khách quốc tế và khách nội địa từ nơi khác đến.

KẾT LUẬN

Trong nền kinh tế hiện nay vấn đề sống còn của các đơn vị kinh doanh là phải thu hút, lôi kéo được khách hàng đến với mình. Đối với ngành kinh doanh du lịch nói chung và ngành kinh doanh khách sạn nói riêng thì vấn đề thu hút khách luôn là vấn đề quan trọng hàng đầu. Để hoạt động kinh doanh có hiệu quả đòi hỏi mỗi khách sạn phải nghiên cứu môi trường kinh doanh của mình để đưa ra những giải pháp kinh doanh hữu hiệu nhất. Đây chính là chìa khoá để giành thắng lợi trong cuộc cạnh tranh gay gắt trên thị trường nhằm thu hút được nhiều khách hàng.

Khách sạn Sao Biển cũng không nằm ngoài quy luật cạnh tranh đó, hơn thế khách sạn lại mới ra đời, thị trường khách còn hẹp so với các đối thủ cạnh tranh trên cùng địa bàn. Vì thế khách sạn phải có những giải pháp cụ thể để nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ, đa dạng hoá các sản phẩm tạo ra nét độc đáo riêng thì mới có thể thu hút được khách. Để làm được điều đó thì ban giám đốc cũng như toàn thể công nhân viên của khách sạn cần nỗ lực hơn nữa để đưa doanh nghiệp mình đi lên và đứng vững trong thị trường cạnh tranh khốc liệt như hiện nay.

Qua quá trình tìm hiểu về khách sạn Sao Biển em thấy khách sạn có rất nhiều ưu điểm so với các khách sạn khác, nhưng cũng còn không ít những nhược điểm mà khách sạn đã và đang dần khắc phục, trong tương lai không xa khách sạn Sao Biển sẽ kinh doanh ngày càng có hiệu quả, tạo được hình ảnh trong lòng du khách trong và ngoài nước.

Để hoàn thành tốt bài khoá luận này, cho em xin được gửi lời cảm ơn chân thành tới thầy giáo - Thạc sĩ Lê Thanh Tùng, các thầy cô trong khoa Văn hoá du lịch trường Đại học Dân lập Hải Phòng cùng tập thể cán bộ công nhân viên tại khách sạn Sao Biển đã tạo điều kiện giúp đỡ em hoàn thành tốt bài luận văn này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bài giảng môn quản trị khách sạn của Th.S Đào Thị Thanh Mai-Trường Đại học dân lập Hải Phòng.
2. Báo cáo doanh thu của phòng kế toán - khách sạn Sao Biển năm 2008 và 2009.
3. Giáo trình tâm lý và nghệ thuật giao tiếp - ứng xử trong kinh doanh du lịch. Đại học quản trị kinh doanh – NXB Thống Kê.
4. Giáo trình quản trị kinh doanh khách sạn - Trường Đại học kinh tế quốc dân – NXB lao động xã hội.
5. “Hoạt động kinh doanh khách sạn trước thềm Seagame 22” của sinh viên Phạm Quang Minh- Trường Đại học Ngoại Thương.
6. “Một số giải pháp nâng cao hiệu quả kinh doanh tại khách sạn Đại Dương” của sinh viên Cao Thị Hồng Trang - Thư viện trường ĐH lập Hải Phòng.
7. Nguyễn Thành Độ - Giáo trình quản trị kinh doanh - Trường Đại học kinh tế quốc dân – NXB lao động xã hội.
8. Quản lý khách sạn hiện đại – NXB chính trị quốc gia – Viện nghiên cứu phát triển du lịch.
9. www.seastarshotel.com.
10. www.vietnamtourism.gov.vn/index.php?cat=0501.
11. <http://tailieu.vn>

PHỤ LỤC

