

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**



ISO 9001-2008

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH VĂN HÓA DU LỊCH

Sinh viên : Phạm Thị Lan
Người hướng dẫn: Th.S Đào Thị Thanh Mai

HẢI PHÒNG - 2011

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

**MỘT SỐ GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO CHẤT
LƯỢNG DỊCH VỤ PHÒNG TẠI KHÁCH SẠN
SƠN NAM – NAM ĐỊNH**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC
NGÀNH VĂN HÓA DU LỊCH**

Sinh viên : Phạm Thị Lan
Người hướng dẫn: Th.S Đào Thị Thanh Mai

HẢI PHÒNG – 2011

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG**

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Phạm Thị Lan

Mã số: 111358

Lớp: VH 1101

Ngành: Văn hoá Du lịch

Tên đề tài: Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam – Nam Định

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

1. Nội dung và các yêu cầu cần giải quyết trong nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp (*về lý luận, thực tiễn, các số liệu...*).

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Các tài liệu, số liệu cần thiết:.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp.

.....

.....

.....

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Người hướng dẫn thứ nhất:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

.....

.....

.....

Người hướng dẫn thứ hai:

Họ và tên:.....

Học hàm, học vị:.....

Cơ quan công tác:.....

Nội dung hướng dẫn:.....

.....

.....

.....

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày tháng năm 2011

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày tháng năm 2011

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Người hướng dẫn

Phạm Thị Lan

Th.S Đào Thị Thanh Mai

Hải Phòng, ngày tháng năm 2011

HIỆU TRƯỞNG

GS.TS. NGUYỄN Trần Hữu Nghị

PHẦN NHẬN XÉT TÓM TẮT CỦA CÁN BỘ HƯỚNG DẪN

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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Cho điểm của cán bộ hướng dẫn (ghi cả số và chữ):

.....

.....

.....

Hải Phòng, ngày tháng năm 2011
Cán bộ hướng dẫn
(Ký và ghi rõ họ tên)

LỜI CẢM ƠN

Để luận văn đạt kết quả tốt đẹp, trước hết em xin gửi tới toàn thể các thầy cô giáo khoa Văn hóa – Du lịch nói riêng và các thầy cô giáo trong trường Đại Học Dân Lập Hải Phòng nói chung lời chúc sức khỏe, lời chào và lời cảm ơn sâu sắc nhất.

Với sự quan tâm dạy dỗ chỉ bảo tận tình chu đáo của các thầy cô, sự giúp đỡ nhiệt tình của các bạn đến nay em đã hoàn thành luận văn tốt nghiệp của mình với đề tài “Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định”.

Để có được kết quả này em xin gửi lời cảm ơn chân thành tới các thầy cô trong khoa Văn Hóa – Du lịch trường Đại Học Dân Lập Hải Phòng đã tận tình truyền đạt kiến thức trong suốt 4 năm học tập tại trường. Với vốn kiến thức được tiếp thu trong quá trình học không chỉ là nền tảng cho quá trình nghiên cứu khóa luận mà còn là hành trang quý báu để em bước vào đời một cách vững chắc và tự tin. Đặc biệt em xin cảm ơn cô giáo Th.s Đào Thị Thanh Mai đã quan tâm giúp đỡ, vạch kế hoạch hướng dẫn em hoàn thành một cách tốt nhất khóa luận tốt nghiệp trong thời gian qua.

Em cũng xin được gửi lời cảm ơn tới các bác, cô chú, anh chị tại khách sạn Sơn Nam – Nam Định đã giúp đỡ em tận tình trong việc thu thập, tìm tài liệu cũng như cho em những lời khuyên quý giá để khóa luận có được những số liệu cập nhật, đầy đủ, chính xác và hoàn thiện.

Cuối cùng, em muốn gửi lời cảm ơn tới bố mẹ, người thân trong gia đình những người đã hết sức ủng hộ, giúp đỡ và động viên em trong suốt quá trình học tập vừa qua.

Em xin chân thành cảm ơn!

Hải phòng, ngày 23 tháng 6 năm 2011

Sinh viên
Phạm Thị Lan

MỤC LỤC

LỜI MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài	2
2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	2
4. Phương pháp nghiên cứu	3
5. Kết cấu luận văn	3
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG VỀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG	
<u>DỊCH VỤ PHÒNG TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN</u>	
1.1. Khái quát chung về bộ phận buồng phòng trong kinh doanh khách sạn	
<i>1.1.1. Vai trò, chức năng và nhiệm vụ của bộ phận phòng</i>	4
<i>1.1.2. Sơ đồ tổ chức của bộ phận phòng</i>	5
<i>1.1.3. Một số yêu cầu đối với lao động tại bộ phận buồng phòng</i>	5
<i>1.1.4. Quy trình phục vụ phòng</i>	6
1.2. Khái quát chung về dịch vụ buồng phòng trong khách sạn	8
<i>1.2.1. Khái niệm dịch vụ phòng</i>	8
<i>1.2.2. Đặc điểm của dịch vụ phòng</i>	9
<i>1.2.3. Các yếu tố cấu thành dịch vụ phòng</i>	14
1.2.3.1. Khách hàng.....	14
1.2.3.2. Khách sạn.....	17
<i>1.3. Chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng phòng</i>	20
<i>1.3.1. Khái niệm về chất lượng</i>	20
<i>1.3.2. Khái niệm về chất lượng dịch vụ phòng khách sạn</i>	21
<i>1.3.3. Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ phòng khách sạn</i>	21
1.3.3.1. Chất lượng phòng ở.....	21
1.3.3.2. Chất lượng của các dịch vụ đi kèm.....	21
<i>1.3.4. Phương pháp đo lường chất lượng dịch vụ phòng</i>	23
1.4. Nâng cao chất lượng dịch vụ phòng khách sạn	23
<i>1.4.1. Khái niệm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng</i>	23
<i>1.4.2. Ý nghĩa nâng cao chất lượng dịch vụ phòng trong khách sạn</i>	24
<i>1.4.3. Nội dung nâng cao chất lượng dịch vụ phòng</i>	24

1.4.3.1. Duy trì chất lượng dịch vụ phòng trong khách sạn.....	24
1.4.3.2. Không ngừng nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ phòng trong khách sạn.....	25

<i>Tiểu kết chương 1</i>	27
---------------------------------------	-----------

CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ PHÒNG TẠI KHÁCH SẠN SƠN NAM - NAM ĐỊNH

2.1. Giới thiệu khái quát chung về khách sạn Sơn Nam - Nam Định.....	28
<i>2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của khách sạn Sơn Nam - Nam Định.....</i>	<i>28</i>
<i>2.1.2. Cơ cấu tổ chức bộ máy của khách sạn.....</i>	<i>30</i>
2.1.2.1. Sơ đồ tổ chức bộ máy.....	30
2.1.2.2. Chức năng, nhiệm vụ của các bộ phận.....	31
<i>2.1.3. Nguồn lực của khách sạn.....</i>	<i>33</i>
2.1.3.1. Nguồn nhân lực.....	33
2.1.3.2. Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn.....	38
<i>2.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ phòng của khách sạn Sơn Nam.....</i>	<i>40</i>
2.2. Thực trạng chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam.....	43
2.2.1. Phương pháp điều tra.....	43
<i>2.2.2. Kết quả điều tra.....</i>	<i>46</i>
<i>2.2.3. Đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định.....</i>	<i>48</i>
2.3. Một số tồn tại và nguyên nhân gây nên thực trạng chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định.....	50
<i>2.3.1. Một số tồn tại.....</i>	<i>50</i>
<i>2.3.2. Một số nguyên nhân.....</i>	<i>51</i>
2.3.2.1. Nguyên nhân chủ quan.....	51
2.3.2.2. Nguyên nhân khách quan.....	52
<i>Tiểu kết chương 2.....</i>	<i>54</i>

**CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NHẪM NÂNG CAO
CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ PHÒNG TẠI KHÁCH SẠN**

SƠN NAM - NAM ĐỊNH

<u>3.1. Định hướng phát triển kinh doanh của khách sạn.....</u>	<u>55</u>
<u>3.1.1. Phương hướng chung.....</u>	<u>55</u>
<u>3.1.2. Mục tiêu.....</u>	<u>56</u>
<u>3.1.3. Chiến lược kinh doanh.....</u>	<u>57</u>
<u>3.2. Một số giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định.....</u>	<u>57</u>
<u>3.2.1. Xác định rõ thị trường mục tiêu và thị trường tiềm năng, đẩy mạnh hoạt động marketing.....</u>	<u>57</u>
<u>3.2.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ.....</u>	<u>59</u>
<u>3.2.3. Nâng cao nhận thức của toàn thể khách sạn về tầm quan trọng của việc nâng cao chất lượng dịch vụ phòng.....</u>	<u>61</u>
<u>3.2.4. Chú trọng sự hợp lí giữa giá cả và chất lượng phòng.....</u>	<u>62</u>
<u>3.2.5. Bồi dưỡng trình độ chuyên môn và phát triển nguồn nhân lực tại bộ phận phòng của khách sạn.....</u>	<u>64</u>
<u>3.2.6. Nâng cao tính văn hoá trong kinh doanh dịch vụ phòng.....</u>	<u>67</u>
<u>3.2.7. Cải tạo và nâng cao chất lượng cơ sở vật chất dịch vụ phòng tại khách sạn.....</u>	<u>69</u>
<u>3.2.8. Tăng cường hợp tác chặt chẽ với các bộ phận khác trong khách sạn nhằm tiến tới nâng cao chất lượng phòng.....</u>	<u>69</u>
<u>3.2.9. Hoàn thiện tiêu chuẩn dịch vụ phòng của khách sạn Sơn Nam.....</u>	<u>72</u>
<u>3.2.10. Lời cam kết của khách sạn về việc nâng cao chất lượng dịch vụ.....</u>	<u>74</u>
<u>3.3. Một số kiến nghị nhằm tạo điều kiện nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định.....</u>	<u>75</u>
<u>Tiểu kết chương 3.....</u>	<u>77</u>
<u>KẾT LUẬN.....</u>	<u>78</u>
<u>TÀI LIỆU THAM KHẢO.....</u>	<u>79</u>

LỜI MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Ngày nay, cùng với sự phát triển của nền kinh tế xã hội, đời sống con người ngày càng được nâng cao. Ngoài những nhu cầu vật chất thuần túy thì các tiêu chuẩn chất lượng cũng được con người quan tâm. Thực tế cho thấy, ngày càng nhiều khách hàng sẵn sàng bỏ những dịch vụ với giá rẻ chất lượng kém để tiêu dùng những sản phẩm dịch vụ với giá cao hơn, nhưng họ biết rằng nó sẽ mang lại sự hài lòng cho họ, chất lượng là một yếu tố không thể thiếu được đối với hoạt động kinh doanh khách sạn.

Để tồn tại, phát triển và đi vào hoạt động có hiệu quả, các doanh nghiệp kinh doanh khách sạn – du lịch không chỉ tạo cho mình lợi thế về cơ sở vật chất kỹ thuật mà còn phải tạo ra một nét độc đáo riêng có trong chất lượng dịch vụ cung cấp. Trong kinh doanh khách sạn thì kinh doanh lưu trú là lĩnh vực kinh doanh cơ bản, đóng vai trò quan trọng trong việc tạo ra nguồn doanh thu lớn cho khách sạn và chất lượng phục vụ buồng phòng là yếu tố quyết định để tạo nên hình ảnh của khách sạn trong tâm trí khách hàng. Mặt khác, trong thị trường cạnh tranh hiện nay khi mà các khách sạn đều trang bị cơ sở vật chất hiện đại thì sáng tạo nét khác biệt và tạo ấn tượng thu hút khách hàng chính là chất lượng dịch vụ, đặc biệt là chất lượng dịch vụ phòng nghỉ. Bởi đối với khách khi quyết định đến ở khách sạn thì thường căn cứ vào chất lượng phòng nghỉ vì phòng nghỉ là nơi khách nghỉ ngơi nhằm khôi phục sức khỏe hoặc là nơi làm việc của khách. Do đó quan tâm đến chất lượng dịch vụ và không ngừng cải tiến hoàn thiện chất lượng phục vụ là một vấn đề rất cần thiết để tạo ra một lượng khách hàng thường xuyên và trung thành đối với khách sạn. Nhưng trên thực tế ở rất nhiều khách sạn quy mô nhỏ, khả năng cạnh tranh với các khách sạn khác trên địa bàn là bài toán khó cần được giải quyết. Khách sạn Sơn Nam - Nam Định là khách sạn đạt tiêu chuẩn 3 sao đã và đang rất cố gắng để có thể ngày một nâng cao chất lượng phục vụ khách lưu trú thỏa mãn nhu cầu của họ, đồng thời nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh của mình và thực sự coi chất lượng dịch vụ như một lợi thế cạnh tranh trên thị trường. Nâng cao chất lượng dịch vụ là vấn đề cấp thiết đặt ra đối với khách sạn Sơn Nam, nó

ảnh hưởng rất lớn đến doanh thu, lợi nhuận của khách sạn cũng như khả năng chiếm lĩnh vị trí trên thị trường.

Nhận thức được tầm quan trọng của việc nâng cao chất lượng dịch vụ phòng trong kinh doanh khách sạn hiện nay cũng như từ thực trạng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định, cùng với sự hướng dẫn của cô giáo ths. Đào Thị Thanh Mai em đã chọn đề tài cho luận văn của mình là: ***“Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định”*** để tìm hiểu đánh giá và đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tại đây, với mong muốn đóng góp một phần nhỏ vào việc cải tiến, hoàn thiện chất lượng dịch vụ, thu hút khách và đẩy mạnh hoạt động kinh doanh của khách sạn đạt hiệu quả cao.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu đề tài

- Mục đích: Hệ thống hoá cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ phòng, đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn để đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại Khách sạn Sơn Nam - Nam Định.

- Nhiệm vụ nghiên cứu: Từ nhiệm vụ nêu trên, nhiệm vụ của luận văn bao gồm:

Thứ nhất: Đưa ra những vấn đề lý luận cơ bản về chất lượng dịch vụ và nâng cao chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn.

Thứ hai: Phân tích và đánh giá thực trạng chất lượng phục vụ phòng, nhằm tìm ra những mặt tồn tại và nguyên nhân của những hạn chế, là cơ sở để đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng từ đó làm cơ sở đề xuất các giải pháp khắc phục.

Thứ ba: Đề xuất một số giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: Trong đề tài này em tập trung nghiên cứu vào các tài liệu liên quan đến chất lượng dịch vụ phòng, thực trạng hoạt động dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định.

Phạm vi nghiên cứu: Nghiên cứu chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn Sơn Nam - Nam Định trong 2 năm 2009 - 2010 và các tài liệu về chất lượng dịch vụ phòng.

4. Phương pháp nghiên cứu:

Để nghiên cứu nội dung trên, đề tài đã sử dụng một số phương pháp: phương pháp quan sát, điều tra, phỏng vấn trực tiếp, phương pháp điều tra qua nguồn số liệu thứ cấp, phương pháp so sánh kết hợp giữa lý luận và thực tiễn bằng việc phân tích, hệ thống hoá... để đảm bảo cho bài viết có tính logic, chặt chẽ nhằm giải quyết các mục tiêu của đề tài.

5. Kết cấu của luận văn: Ngoài phần mở đầu, kết luận và phụ lục thì khoá luận kết cấu gồm 3 phần:

Chương I: Cơ sở lý luận chung về nâng cao chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn.

Chương II: Thực trạng chất lượng dịch vụ phòng tại Khách sạn Sơn Nam - Nam Định.

Chương III: Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG VỀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG

DỊCH VỤ PHÒNG TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN

1.1. Khái quát chung về bộ phận buồng phòng trong kinh doanh khách sạn

1.1.1. Vai trò, chức năng và nhiệm vụ của bộ phận buồng phòng

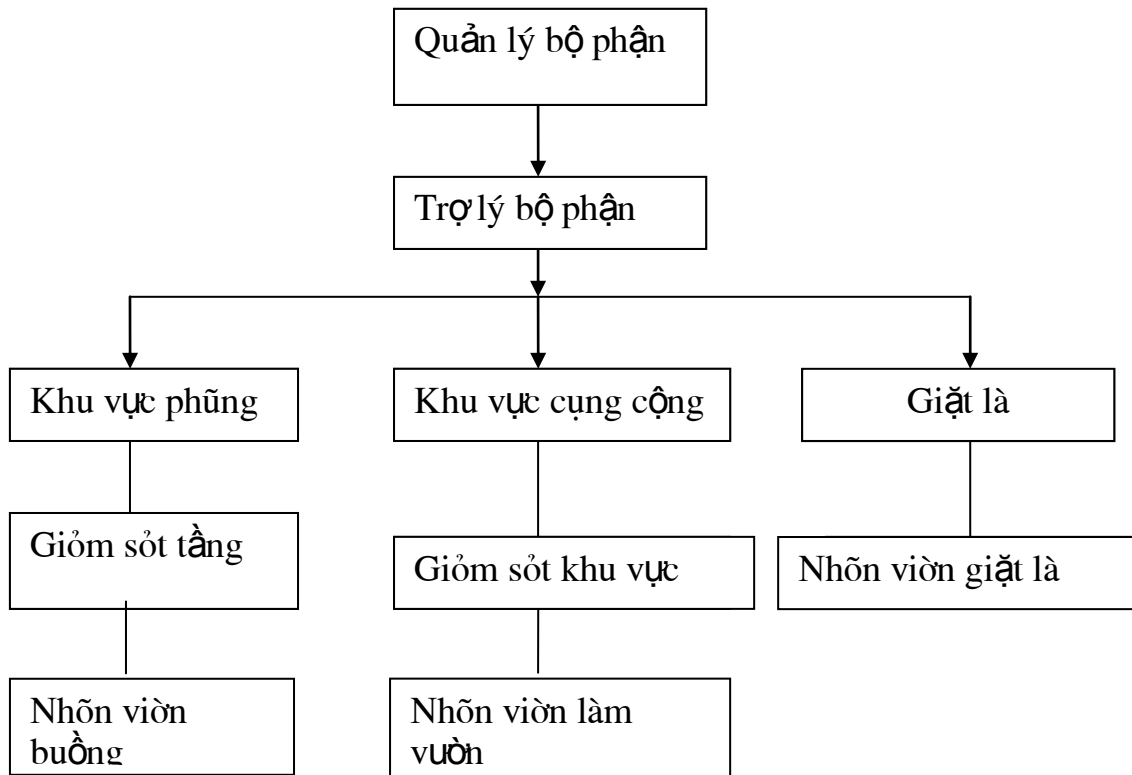
Vai trò:

Bộ phận buồng phòng có vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh của khách sạn. Bộ phận buồng phòng phối hợp cùng với bộ phận lễ tân và các bộ phận khác trong khách sạn cung cấp dịch vụ lưu trú tạo doanh thu lớn trong tổng doanh thu lưu trú khách sạn vì phòng là sản phẩm chính của kinh doanh khách sạn, hơn nữa việc đẩy mạnh bán dịch vụ phòng sẽ quyết định việc mở rộng quy mô các dịch vụ trong khách sạn.

Chức năng và nhiệm vụ:

- Tổ chức đón tiếp và phục vụ khách từ khi khách đến đến khi kết thúc thời gian lưu trú
- Tiếp nhận khách và theo dõi chặt chẽ các phòng được đăng ký trước ở khách sạn.
- Thực hiện công tác vệ sinh, bảo dưỡng và bài trí phòng, bể bơi, khu vực công cộng.
- Có biện pháp tích cực trong việc bảo vệ an ninh, tài sản cho khách
- Kết hợp với các bộ phận khác để xúc tiến dịch vụ phục vụ khách.
- Cung cấp dịch vụ bổ sung trong phạm vi của buồng phòng
- Phát hiện và xử lý tài sản khách bỏ quên.
- Lo các loại đồ vải cho tất cả các bộ phận.
- Khách có thắc mắc, phải được giải quyết ngay.
- Chịu trách nhiệm trước lãnh đạo khách sạn về toàn bộ tài sản ở trong phòng nghỉ. Đồng thời phản ánh các ý kiến phản hồi của khách để nâng cao chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn.

1.1.2. Sơ đồ tổ chức của bộ phận phòng



1.1.3. Một số yêu cầu đối với lao động tại bộ phận buồng phòng

Khách sạn được quản lý tốt thường đi trước một bước trong việc kiểm soát thái độ cư xử của nhân viên đối với khách. Điều này thể hiện ngay cả ở những bộ phận mà ban đầu tưởng như việc này không liên quan gì đến công việc của họ. Chẳng hạn như người phục vụ phòng, ngoài nhiệm vụ lau dọn phòng, họ còn có trách nhiệm trong việc giao tế với khách. Khi ra vào phòng, khách thường tiếp xúc với nhân viên phục vụ phòng nhiều hơn bất kỳ nhân viên nào trong khách sạn. Đối với những khách sạn thành công, trong phần huấn luyện nhân viên, họ sẽ cung cấp những chỉ dẫn về những quy định chi tiết cho nhân viên phục vụ phòng để họ làm theo khi tiếp xúc với khách.

Việc làm hài lòng khách đôi khi còn quan trọng hơn việc cung cấp những phòng an toàn và sạch sẽ cho khách. Muốn vậy, phải quan tâm đặc biệt đến khách, phải nhìn xa trông rộng để đoán trước được những nhu cầu của khách. Nhân viên phục vụ phòng là nhân viên khách sạn mà khách thường gặp đầu tiên vào buổi sáng. Khách có thể không quen thuộc với những trang thiết bị của khách sạn hay với cộng đồng địa phương. Nếu đoán trước nhu cầu của khách, nhân viên sẽ dễ

dàng trả lời được nhiều câu hỏi của khách, đồng thời có thể quảng cáo nhiều trang thiết bị và các loại dịch vụ của khách sạn cho khách.

Sau đây là một số thái độ cần thiết để tạo mối quan hệ tốt với khách:

- Hãy lịch sự và nhã nhặn với khách. Cố gắng chào hỏi khách theo tên họ nhất là đối với những khách ở hơn một đêm trong khách sạn. Việc gọi bằng tên sẽ làm cho họ cảm thấy họ là người khách được chú ý và quan trọng trong khách sạn.
- Phải biết được vị trí và thời gian hoạt động của các trang thiết bị và các dịch vụ ở khách sạn
- Phải biết những điểm thu hút khách: những nơi giải trí hay nghỉ ngơi và một số địa điểm khác cần thiết cho khách
- Có thể chỉ đường cho khách, cần biết những con đường, những xa lộ chính và những ngã tư lớn trong khu vực gần khách sạn.

Đây là những hiểu biết phụ, nó tạo ra sự khác biệt giữa kinh nghiệm bình thường và kinh nghiệm sâu sắc trong giao tiếp với khách. Qua kinh nghiệm, người điều hành khách sạn giỏi sẽ biết được những loại việc gì nhân viên phục vụ phòng phải có trách nhiệm làm khi tiếp xúc với khách.

Để trở thành một nhân viên buồng chuyên nghiệp thì đòi hỏi phải có trình độ chuyên môn nhất định, có kinh nghiệm lâu năm trong nghề. Ngoài ra, nhân viên buồng phải hội tụ đủ các đức tính: thật thà, siêng năng, chịu khó, sạch sẽ, kiên nhẫn, có trách nhiệm, biết lắng nghe và có khả năng quan sát, phán đoán tình hình để xử lý tình huống

1.1.4. Quy trình phục vụ phòng

Bộ phận buồng là nơi phục vụ nhiều đối tượng khách đến lễ tân có nguồn gốc khác nhau, sở thích, đặc điểm khác nhau. Do đó nếu làm vệ sinh không sạch sẽ sẽ tạo điều kiện cho mầm bệnh phát triển gây cho khách cảm giác không yên tâm trong thời gian lưu trú. Điều này chứng tỏ quy trình kỹ thuật làm vệ sinh phòng rất quan trọng. Nó góp phần đảm bảo sức khỏe, bảo vệ an toàn tài sản của khách khi khách rời khách sạn. Đây là yếu tố cơ bản nhất để khách sạn thu hút và lưu giữ khách ở lại khách sạn. Đồng thời việc làm vệ sinh còn làm tăng tuổi thọ của các trang thiết bị. Thể hiện sự tôn trọng lịch sự của khách sạn với khách làm cho họ thấy dễ chịu thoải mái khi lưu trú tại khách sạn.

Quy trình phục vụ 1 lượt khách lưu trú tại khách sạn.

Quy trình kỹ thuật phục vụ phòng từ khi khách đến lưu trú đến khi khách rời khách sạn.

*Giai đoạn 1: Chuẩn bị buồng đón khách

*Giai đoạn 2: Phục vụ khách trong thời gian lưu trú

*Giai đoạn 3: Chuẩn bị cho khách trả phòng và rời khách sạn.

Giai đoạn 1: Chuẩn bị buồng đón khách.

Khi nhận được thông tin từ lễ tân qua điện thoại về số lượng phòng, số lượng khách và số phòng khách sẽ ở... thì bộ phận buồng phòng phải chuẩn bị các điều kiện để đón tiếp và phục vụ khách.

Trường hợp nếu lễ tân báo cho bộ phận phòng thông qua phiếu đề xuất công việc (khi khách có nhu cầu đặt phòng trước khi đến lưu trú, có thể là đặt phòng qua điện thoại hoặc đặt gián tiếp qua các dịch vụ đặt phòng của khách sạn thì lễ tân chuyển lên cho bộ phận buồng phòng).

Khi nhận được phiếu này tổ buồng phòng sẽ nắm bắt được thông tin về số lượng khách, thời gian khách lưu trú.

Trường hợp nếu khách không đặt trước mà họ trực tiếp đến quầy lễ tân làm thủ tục nhập phòng lưu trú ngay thì lễ tân điện cho tổ buồng phòng chuẩn bị phòng đón khách.

Sau khi tiếp nhận thông tin này nhân viên buồng phòng chuẩn bị mỗi phòng có đầy đủ các trang thiết bị, và đồ dùng cho khách như bật điều hoà, nước lọc, điện nước, minibar, hệ thống điện nước, vệ sinh phòng, chế độ đặt phòng, cách bài trí sản xuất trang thiết.

Kiểm tra các trang thiết bị bằng điện như: tivi, điều hoà, hệ thống âm thanh đài, tủ, các loại đèn trong phòng xem có hoạt động bình thường không.

Kiểm tra độ an toàn chắc chắn của đồ gỗ trong phòng ngủ như: tủ, bàn ghế... có bị hỏng hóc, mỗi một không.

Kiểm tra đồ dùng cần thiết cho sinh hoạt của khách trong phòng ngủ và phòng vệ sinh, móc áo, khăn tắm, tay khăn chân, khăn mặt, cốc tách, bàn trải...

Khi kiểm tra phòng xong nếu thấy không có vấn đề gì xảy ra thì nhân viên buồng gọi điện thông báo cho lễ tân về tình trạng buồng đã trống và an toàn có thể

xếp khách được, sau đó nhân viên buồng sẽ quay về bàn trực để làm công việc đón khách.

Giai đoạn 2. Phục vụ khách trong thời gian lưu trú tại khách sạn.

Khi khách đến nhận phòng

Thông thường khách đến khách sạn làm thủ tục tại quầy lễ tân xong thì lễ tân thông báo ngay cho tổ buồng phòng để nhân viên buồng chuẩn bị tư thế đón và đưa khách vào phòng theo số phòng đã báo chuẩn bị. Với những khách đó đi theo đoàn thì trưởng đoàn sẽ thay mặt đoàn của mình trực tiếp làm thủ tục cho đoàn cũng như giải quyết những vấn đề nảy sinh trong quá trình đoàn lưu trú tại khách sạn.

Khi khách vào phòng thì nhân viên buồng khéo léo bàn giao tài sản trong phòng cho khách như tivi, điều hoà, đài, minibar, két sắt, đèn...

Vừa giới thiệu ta vừa bật cho khách thấy để khẳng định với khách là mọi hoạt động của tivi bình thường.

Nhân viên khéo léo nhắc nhở khách phải thực hiện đúng những nội quy của khách sạn đề ra, cần khéo léo cho khách thấy bảng nội quy của khách sạn được đặt trên bàn làm việc gần cặp đặt phòng

1.2. Khái quát chung về dịch vụ buồng phòng trong khách sạn

1.2.1. Khái niệm dịch vụ phòng

Đầu tiên là quan niệm nhìn nhận dịch vụ như là tổng thể các mục tiêu hay bao hàm một quá trình thoả mãn các nhu cầu của khách hàng. Theo quan niệm này thì dịch vụ được coi là một hoạt động gồm những nhân tố hiện hữu và không hiện hữu dùng để giải quyết những mối quan hệ giữa khách hàng với nhà cung ứng mà không có quyền chuyển giao quyền sở hữu.

Theo quan điểm nhìn nhận dịch vụ từ hoạt động giao tiếp thì dịch vụ là những kết quả tạo nên để đáp ứng nhu cầu của khách hàng bằng hoạt động tiếp xúc trực tiếp hoặc gián tiếp như cử đại diện hay dùng các phương tiện... giữa người cung ứng với khách hàng.

Theo quan điểm của P.Kotler thì dịch vụ là mọi biện pháp mà một bên có thể cung cấp cho bên kia mà chủ yếu là vĩnh và không dẫn tới sự chiếm đoạt một cái đó.

Tuy nhiên, theo tiêu chuẩn ISO 9002-2000, thì dịch vụ là kết quả mang lại nhờ hoạt động tương tác giữa nhà cung cấp và khách hàng hay nhờ các hoạt động giữa nhà cung cấp để thoả mãn nhu cầu của người tiêu dùng.

Nhưng theo quan điểm của các nhà Marketing thì dịch vụ là toàn bộ các hỗ trợ mà khách hàng trông đợi, nó phù hợp với giá, uy tín ngoài bản thân hàng hoá hay dịch vụ đó. Hoặc là mọi biện pháp hay lợi ích mà một bên có thể cung cấp cho bên kia và chủ yếu là vô hình, không dẫn đến sự chiếm đoạt, việc thực hiện dịch vụ có thể liên quan hay không liên quan đến hàng hoá dưới dạng vật chất.

Các dịch vụ tạo ra phải xuất phát từ nhu cầu của khách hàng. Điều đó có nghĩa là dịch vụ chính là đáp án cho câu hỏi khách cần gì? Dịch vụ cần phải đáp ứng yêu cầu của khách hàng cả về nhu cầu vật chất cũng như tinh thần.

Với hệ thống quan điểm về dịch vụ ta có thể khái quát và đưa ra định nghĩa dịch vụ phòng: Dịch vụ phòng là một trong những dịch vụ cơ bản của khách sạn, bao gồm những phòng và dịch vụ đi kèm nhằm thoả mãn nhu cầu của khách khi lưu trú tại khách sạn.

Dịch vụ phòng là dịch vụ cơ bản trong kinh doanh lưu trú nói riêng và kinh doanh khách sạn nói chung. Dịch vụ phòng đáp ứng những nhu cầu cơ bản của khách khi đến khách sạn đó là nhu cầu nghỉ ngơi. Dịch vụ phòng nhằm tạo điều kiện tốt nhất cho khách hàng trong suốt thời gian lưu trú tại khách sạn, bên cạnh đó thì dịch vụ phòng chiếm tỷ lệ cao trong cơ cấu doanh thu của khách sạn.

1.2.2. Đặc điểm của dịch vụ phòng

Sản phẩm dịch vụ là kết quả của tiến trình dịch vụ, nó tập hợp nhiều giá trị làm thoả mãn khách hàng. Khác với những hàng hoá thông thường khác, sản phẩm dịch vụ hàm chứa cả hai giá trị hữu hình và vô hình và quá trình tạo ra sản phẩm cần có sự tham gia trực tiếp của khách hàng. Vì vậy trong kinh doanh khách sạn, ngoài những đặc điểm chung, sản phẩm dịch vụ khách sạn có những đặc điểm riêng mang tính đặc trưng so với các hàng hoá thông thường khác và chính những đặc điểm này là nhân tố ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ. Do đó các nhà kinh doanh khách sạn cần phải nắm chắc để phát triển và tăng doanh thu một cách tối đa cho doanh nghiệp.

a. Tính vô hình một cách tương đối của dịch vụ.

Kết quả của quá trình lưu trú là một sự trải nghiệm chứ không phải là sự sở hữu của nó. Lợi ích của quá trình khách hàng tiêu dùng sản phẩm của khách sạn chỉ có được sau khi khách hàng đã kết thúc quá trình lưu trú và lợi ích này là khác nhau đối với mỗi khách hàng, tùy theo cảm nhận của mỗi khách hàng cũng như sự trông đợi vào dịch vụ phòng là khác nhau. Do sản phẩm của khách sạn không tồn tại dưới dạng vật chất, không thể nhìn thấy hay sờ thấy trước nên cả người cung cấp và người tiêu dùng không thể kiểm tra được chất lượng của nó trước khi bán và trước khi mua.

Với sản phẩm hàng hoá thông thường công việc này tương đối dễ dàng. Người ta có thể cảm giác, hình dung ra, có thể sờ, nhìn hay đo đếm bằng con số cụ thể vì bản thân những vật đó đều có tính chất lý, cụ thể: kích cỡ, chiều rộng, chiều dài, màu sắc, mùi vị....Khác với sản phẩm hàng hoá thông thường, như đã nói ở trên thì dịch vụ khách sạn mang tính vô hình nên chúng phụ thuộc lớn vào cảm nhận của người tiêu dùng, điều đó có nghĩa khách hàng chỉ có thể cảm nhận nó chứ không thể nhận biết nó bằng các giác quan tự nhiên. Tính vô hình của dịch vụ tạo nên những khó khăn cho cả nhà cung cấp và người tiêu dùng.

Về khách hàng, tính vô hình của dịch vụ làm tăng thêm khó khăn trong quá trình quyết định mua sản phẩm dịch vụ của họ vì họ không thể biết chính xác dịch vụ được hưởng như thế nào khi mà họ chưa tiêu dùng. Khách hàng phải chịu rủi ro rất lớn khi mua dịch vụ.

Về phía nhà cung cấp, đặc điểm này gây khó khăn không nhỏ trong công tác marketing khách sạn, đồng thời phải cho thấy sự cần thiết phải tiến hành các biện pháp thu hút khách đến với khách sạn, đòi hỏi sự nỗ lực cao trong công việc nghiên cứu tâm lý khách hàng và quá trình cung cấp dịch vụ phòng luôn phải có những sáng kiến đổi mới. Tất cả những công việc đó có thể đảm bảo cho khách sạn tồn tại, phát triển và khẳng định được vị thế của mình trên thị trường.

b. Sản phẩm của khách sạn là sản phẩm có tính dễ hư hỏng và không thể lưu kho cất trữ được.

Dịch vụ có đặc điểm là dễ hư hỏng vì nó sẽ được coi là mất đi nếu không được dùng trong một thời gian nhất định. Cả người bán và người mua đều không thể lưu trữ dịch vụ phòng để thoả mãn nhu cầu trong tương lai. Những sai sót hư

hàng của sản phẩm hàng hoá có thể sửa được vì người tiêu dùng chỉ tiếp xúc với hàng hóa khi nó đã hoàn thiện. Đối với sản phẩm dịch vụ khác, chỉ cần xảy ra một lỗi nhỏ trong quá trình phục vụ, cho dù có sửa chữa thì khách hàng vẫn có ấn tượng không tốt về một sản phẩm không hoàn hảo. Quá trình sản xuất và tiêu dùng dịch vụ trong khách sạn gần như trùng nhau về không gian và thời gian. Hay nói một cách khác, sản phẩm khách sạn mang tính tươi sống cao. Chính vì vậy dịch vụ không thể lưu kho, bảo quản trong kho như hàng hoá để có thể điều phối cho phù hợp với mức cầu.

Trong kinh doanh khách sạn, dịch vụ phòng đem lại lợi nhuận cao nhất, giá phòng và các dịch vụ kèm theo trong dịch vụ phòng được tính dựa trên sự hao mòn vật chất, hao phí sức lao động của nhân viên và chi phí hàng hoá, dịch vụ để tạo nên sản phẩm dịch vụ phòng. Vì vậy phòng không sử dụng ngày nào thì khách sạn vẫn phải trả chi phí ngày đó.

Tính chất vô hình của dịch vụ trong khách sạn cũng là yếu tố tạo ra dịch vụ rất khó và việc giữ gìn dịch vụ còn khó hơn, cộng với việc không thể lưu trữ dịch vụ trong kho như các hàng hoá thông thường khác nên đòi hỏi các khách sạn muốn phát huy hiệu quả kinh doanh phải luôn tìm mọi biện pháp để làm tăng tối đa số lượng phòng bán ra mỗi ngày. Thực tế để đảm bảo nguồn thu, các khách sạn thường sử dụng hình thức đăng kí quá chỗ, tránh trường hợp đăng kí chỗ tự động huỷ bỏ gây lãng phí phòng.

Trong kinh doanh khách sạn, đối tượng phục vụ là đa dạng phong phú, đủ mọi tầng lớp, thành phần nên đòi hỏi dịch vụ phải mang tính tổng hợp cao để có thể thoả mãn yêu cầu của mọi đối tượng khách. Nhu cầu của khách hàng rất đa dạng, hành vi không nhất quán và họ luôn đòi hỏi phải được phục vụ chu đáo tận tình với riêng cá nhân họ.

c. Tính không đồng nhất.

Dịch vụ phòng thường bị cá nhân hoá nên khó đưa ra các tiêu chuẩn dịch vụ, mỗi khách hàng lại có yêu cầu khác nhau về dịch vụ phòng mà họ nhận được. Hơn nữa sự thoả mãn của khách hàng phụ thuộc rất lớn vào tâm lý họ, những người cung ứng dịch vụ cần đặt bản thân vào vị trí khách hàng, hay còn gọi là sự đồng cảm, đây là kỹ năng có tính chất quyết định trong cung ứng của dịch vụ phòng.

d. Tính đồng thời của quá trình sản xuất và tiêu dùng.

Đối với sản phẩm vật chất, nhà sản xuất có thể định hình ra sản phẩm và số lượng sản xuất, còn với sản phẩm dịch vụ du lịch thì việc sản xuất ra một sản phẩm dịch vụ phụ thuộc hoàn toàn vào khách hàng. Do đó, mặc dù khách hàng vẫn có thể cảm nhận được nó một cách sâu sắc bởi khách hàng tham gia trực tiếp vào quá trình tạo ra nó.

Trong ngành dịch vụ khách sạn, khách hàng đóng vai trò rất quan trọng, khách hàng vừa là yếu tố đầu vào của lực lượng sản xuất, vừa là yếu tố đầu vào của sản phẩm dịch vụ. Có thể nói hầu hết các dịch vụ được sản xuất ra đến đâu thì khách hàng tiêu dùng đến đấy. Khi quá trình sản xuất kết thúc, đồng nghĩa với việc khách hàng được hưởng trọn vẹn dịch vụ mình đã mua. Đặc tính này tạo ra một thử thách lớn với các nhà quản lý chất lượng dịch vụ, đòi hỏi dịch vụ làm ra phải đúng từ bước đầu tiên cho tới bước cuối cùng không xảy ra sai sót gì.

Để làm được quá trình này, quá trình tạo ra sản phẩm của khách sạn thì các nhà quản lý phải luôn đứng trên quan điểm của người sử dụng từ khi thiết kế, xây dựng, bố trí cũng như mua sắm các trang thiết bị, trang trí nội thất bên trong khách sạn và bên ngoài khách sạn sao cho ấn tượng với khách. Kết hợp với quy trình phục vụ, phong cách và thái độ của đội ngũ nhân viên, sự phối hợp của các bộ phận trong khách sạn chắc chắn sẽ tạo cho khách hàng cảm giác được sự hoàn hảo của dịch vụ.

e. Quyền sở hữu của dịch vụ.

Khi mua một hàng hoá thông thường người mua được sử dụng và sở hữu hàng hoá đó. Nhưng đối với dịch vụ phòng, mặc dù khách hàng là người bỏ tiền ra mua dịch vụ nhưng lại không được sở hữu dịch vụ đó và chỉ là người tham gia vào tiến trình dịch vụ phòng mà mình mong muốn nhận được. Sau khi khách trả phòng thì sẽ có khách hàng khác tham gia vào một tiến trình khác trong tương lai, như vậy đối với dịch vụ phòng chỉ có sự chuyển đổi tạm thời quyền sử dụng hay sở hữu tiến trình dịch vụ mà thôi.

f. Cung dịch vụ khách sạn cố định còn cầu biến thiên.

Đặc điểm chính là hệ quả của đặc điểm tính đồng thời giữa sản xuất, tiêu dùng dịch vụ và dịch vụ khách sạn có tính dễ hư hỏng, không thể lưu kho cất trữ được. Khả

năng cung cấp dịch vụ của bất kỳ một doanh nghiệp khách sạn nào thường là được giới hạn bởi nhu cầu khách hàng. Chính vì không thể lưu kho cất trữ được nên tại thời điểm xác định lượng cung sản phẩm dịch vụ khách sạn là cố định, nếu có sự mở rộng về khả năng cung cấp thì cũng chỉ trong một mức hạn chế nào đó. Trong khi đó cầu về sản phẩm dịch vụ của khách sạn được hiểu là số lượng khách hàng muốn được hưởng sản phẩm dịch vụ thì luôn thay đổi. Tại các thời điểm khác nhau, lượng cầu là khác nhau. Lượng cầu về sản phẩm dịch vụ khách sạn được xem là rất nhạy cảm, chịu tác động của các nhân tố khác nhau như: Tình hình an ninh, chính trị, dịch bệnh, thiên tai...trên thế giới tại các khu vực đang diễn ra kinh doanh khách sạn.

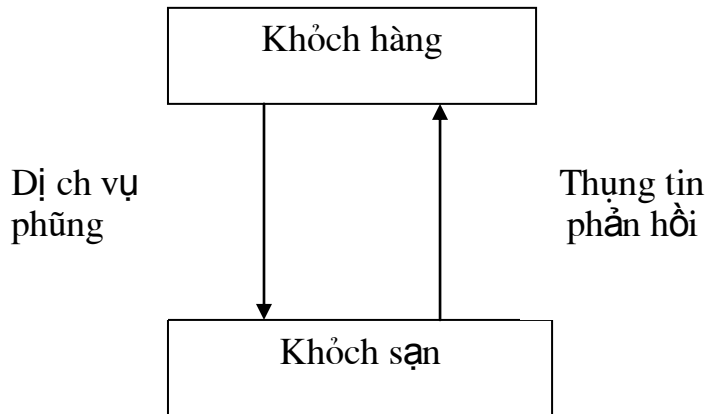
g. Dịch vụ phòng sử dụng nhiều lao động

Bản chất của dịch vụ phòng là phục vụ, dịch vụ được tạo nên bởi sự tỉ mỉ, chu đáo khéo léo của nhân viên phục vụ buồng. Đối với ngành sản xuất hàng hoá, khi khoa học phát triển có thể thay thế lao động sống bằng máy móc để tiết kiệm chi phí tăng năng suất lao động, nhưng đối với ngành dịch vụ thì không thể thay thế con người bằng máy móc mà chỉ có thể trang bị máy móc hiện đại để hỗ trợ nhân viên phục vụ. Do đó dịch vụ không thể cứng nhắc, dập khuôn, đặc biệt là dịch vụ phòng.

Với tất cả những đặc điểm nêu trên có thể thấy việc đảm bảo chất lượng dịch vụ là rất khó khăn nhưng vấn đề đặt ra với khách sạn là không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ của mình. Không bao giờ ngừng việc nâng cao chất lượng dịch vụ được thừa nhận là cần thiết đối với bất kỳ doanh nghiệp nào kinh doanh khách sạn muốn tồn tại và thành công trên thị trường. Để làm được điều đó thì các doanh nghiệp phải chú trọng làm tốt ngay từ đầu, làm đúng từng bước một và dịch vụ cung cấp ra cho khách phải là dịch vụ hoàn hảo nhất.

1.2.3. Các yếu tố cấu thành dịch vụ phòng

Căn cứ vào dịch vụ nói chung và dịch vụ trong khách sạn nói riêng có thể nhận thấy trong quá trình sản xuất và tiêu dùng dịch vụ gồm 2 yếu tố chính là khách hàng và khách sạn. Hai yếu tố này có quan hệ mật thiết với nhau trong việc thu thập thông tin và cung cấp dịch vụ có chất lượng cao. Ta có thể biểu diễn mối quan hệ giữa khách hàng và khách sạn theo mô hình sau:



1.2.3.1. Khách hàng

Sự thành công hay thất bại của bất kỳ một doanh nghiệp nào phụ thuộc vào sự hiện diện của khách hàng. Điều đó càng đúng hơn trong trường hợp doanh nghiệp là đơn vị kinh doanh khách sạn bởi khách hàng vừa là người tiêu dùng, vừa là người tham gia vào hoạt động sản xuất ra dịch vụ khách sạn. Vì vậy, chất lượng dịch vụ không chỉ phụ thuộc vào khả năng nghiệp vụ của nhân viên mà còn phụ thuộc vào sự tham gia của khách hàng. Sự thoả mãn của khách hàng quyết định đến sự tồn tại và phát triển của dịch vụ phòng mà khách sạn cung cấp. Đối với dịch vụ phòng, với mỗi tập khách hàng khác nhau đánh giá của họ về dịch vụ phòng cũng khác nhau do nhiều yếu tố khác nhau chi phối.

Vấn đề đặt ra cho khách là làm thế nào để thúc đẩy tham gia của khách hàng vào hoạt động sản xuất cũng như tiêu dùng. Để làm được điều đó, đòi hỏi các khách sạn phải nghiên cứu, phải tìm hiểu, phải quan tâm đầy đủ tới đầy đủ nhu cầu thị hiếu của khách hàng để đưa hoạt động kinh doanh theo hướng tất cả vì khách hàng. Nghiên cứu về nhu cầu của khách hàng cũng chính là xác định nhu cầu của thị trường, từ đó xây dựng mục tiêu phát triển kinh doanh. Do đó cần tìm hiểu nhu cầu của khách hàng và nắm vững tâm lí của họ để cung ứng dịch vụ nhằm thoả mãn sự trông đợi của khách hàng.

a. Lý thuyết nhu cầu.

Chúng ta có thể dựa trên cơ sở nghiên cứu đó là lý thuyết nhu cầu của Maslow, và lý thuyết về sự trông đợi.

Lý thuyết nhu cầu của Maslow: Theo Maslow nhu cầu được chia làm 5 bậc từ thấp tới cao bắt đầu từ nhu cầu sinh lý, nhu cầu an toàn, nhu cầu xã hội, nhu cầu được tôn trọng và nhu cầu tự hoàn thiện.

Nhu cầu sinh lý: Đây là mức nhu cầu thấp nhất nhưng lại đặc biệt quan trọng bao gồm các nhu cầu thiết yếu cho sự tồn tại của con người như: ăn, mặc, ở...khi khách đến lưu trú tại khách sạn thì nhu cầu cần được thoả mãn đó là nhu cầu ở của mình, các khách sạn cần chú ý tới nhu cầu này của khách hàng đặc biệt là tâm lý khách hàng khi mệt mỏi, nếu nhu cầu này được thoả mãn thì các nhu cầu khác của khách mới nảy sinh, nhân viên tiếp xúc cần thực sự quan tâm tới tâm lý của khách để tạo ấn tượng tốt nhất đối với khách.

Nhu cầu an toàn: Nhu cầu này được khách hàng đặc biệt quan tâm, vì sự an toàn sẽ tạo nên cảm giác dịch vụ tốt. Ngoài ra khách hàng tham gia dịch vụ cũng muốn biết được chắc chắn rằng không có gì nguy hiểm đe dọa họ và cũng như tài sản của họ sẽ được đảm bảo an toàn. Do đó nhân viên phục vụ phòng không chỉ là người có chuyên môn nghiệp vụ mà còn phải là người trung thực, nếu không đảm bảo được sự an toàn về tài sản của khách thì uy tín của khách sạn sẽ bị ảnh hưởng không tốt.

Nhu cầu xã hội: Bao gồm các nhu cầu về bạn bè, tình yêu, cảm giác về sự sở hữu, sự thừa nhận, các cảm nhận, quan điểm, thái độ của con người được hình thành mạnh mẽ từ nhu cầu này. Điều này đòi hỏi nhân viên của các khách sạn phải có thái độ cởi mở nhã, thiện trong giao tiếp với khách giúp cho khách mở rộng các quan hệ xã hội.

Nhu cầu được tôn trọng: Bao gồm các nhu cầu về sự thành đạt, ưu thế, sự thừa nhận, tự do cá nhân, được người khác tôn trọng và công nhận tài năng danh dự...Đối với những người có nhu cầu này họ thường chọn những khách sạn nổi tiếng về phong cách phục vụ chu đáo, tôn trọng khách hàng. Họ đến với những khách sạn nổi tiếng để thể hiện sự thành đạt của mình đối với mọi người xung quanh.

Nhu cầu tự hoàn thiện: Đây là nhu cầu cao nhất trong bậc thang nhu cầu của Maslow, đó là nhu cầu để tìm ra tiềm năng thực sự của mình, nhu cầu trở thành

người hoàn thiện, đứng đầu trong mọi lĩnh vực nhằm đạt được mục tiêu trong quá trình làm việc của chính bản thân mình.

Bậc thang nhu cầu của Maslow có thể được thay đổi theo sở thích, hoàn cảnh, không gian và thời gian. Không phải khách hàng nào cũng có mong muốn được thoả mãn mọi nhu cầu trong tháp nhu cầu của Maslow, nhưng trong tháp nhu cầu đã chỉ ra rằng ngoài nhu cầu về vật chất, con người còn có nhu cầu về tinh thần, do đó sản phẩm dịch vụ phòng có sự khác biệt và đặc trưng riêng.

b. Lý thuyết về sự trông đợi.

Sự trông đợi của khách hàng bao gồm 7 loại cơ bản:

Sự sẵn sàng: Khách hàng muốn nhu cầu của mình được thoả mãn càng sớm càng tốt. Họ không muốn phải chờ đợi mà luôn mong muốn ở phía nhà cung cấp phải chuẩn bị sẵn sàng. Như vậy khách sạn cần đáp ứng sự trông đợi của khách hàng kịp thời.

Cư xử tao nhã: Các khách hàng hy vọng và kỳ vọng được đối xử một cách chuyên nghiệp, thiện chí, có kỹ năng đối với bản thân và tài sản của họ. Ngoài ra, các khách hàng cũng mong đợi sự gọn gàng và sạch sẽ của những người mà họ tiếp xúc.

Sự chú ý cá nhân: Khách hàng luôn muốn biết những dịch vụ nào mà họ sẽ nhận được, ai là người phục vụ họ và luôn mong muốn dịch vụ phòng mà họ yêu cầu được đáp ứng trong thời gian nhanh nhất. Khách hàng không cần mình được đối xử quan tâm đặc biệt, nhưng phải được đối xử công bằng và quan tâm đúng mức.

Sự đồng cảm: Sự đồng cảm phụ thuộc rất lớn vào khả năng tinh tế, nhạy bén ở nhân viên phục vụ, khi khách cảm thấy lo lắng về một vấn đề gì đó ở trong hay ngoài khách sạn, nếu nhân viên có thể giải toả được những căng thẳng đó thì có thể nói nhân viên đã thực hiện tốt nhiệm vụ của mình.

Kiến thức nghề nghiệp: Các khách hàng mong muốn các nhân viên phải hoàn thiện về bản thân, kỹ năng, nghiệp vụ, phải hiểu biết tất cả về các công việc và khách sạn của họ.

Tính đồng đội: Do đặc thù riêng của ngành nên khách sạn có dịch vụ khác nhau nhưng khách hàng luôn mong muốn các dịch vụ này phải luôn thống nhất.

Khách hàng mong muốn có sự phối kết hợp giữa các bộ phận trong khách sạn với nhau để nhận được dịch vụ đúng như yêu cầu, khi tiêu dùng dịch vụ phòng trong khách sạn thì dịch vụ đó phải là duy nhất.

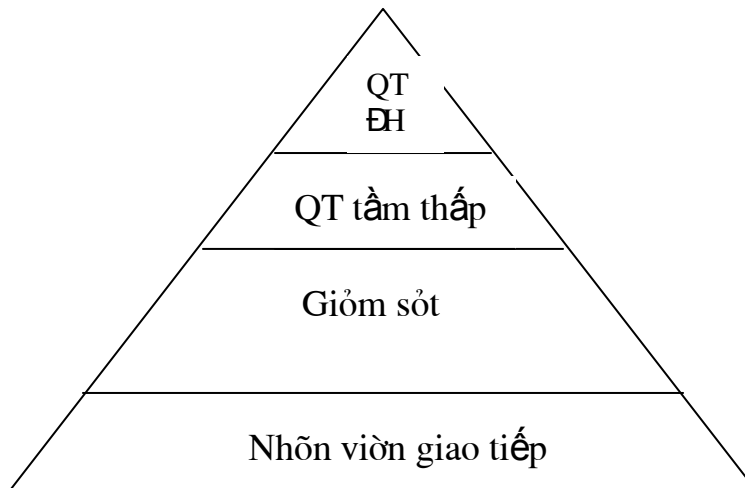
Tính kiên định: Các khách hàng mong muốn nhận được câu trả lời như nhau bất kể người nói chuyện với họ là ai và họ cũng muốn được đối xử giống như họ đã thấy với khách hàng khác, nếu có khác nhau chỉ khi khách hàng thấy và hiểu nguyên nhân thực bắt buộc.

Khách hàng chính là một yếu tố tham gia vào quá trình tạo ra sản phẩm dịch vụ, do đó nghiên cứu sự trông đợi của khách hàng là điều mà mỗi khách sạn cần hướng tới. Nghiên cứu sự trông đợi của khách hàng để hiểu được tâm lý và nhưng mong muốn nhận được để tạo ra sản phẩm dịch vụ phòng đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

1.2.3.2. Khách sạn

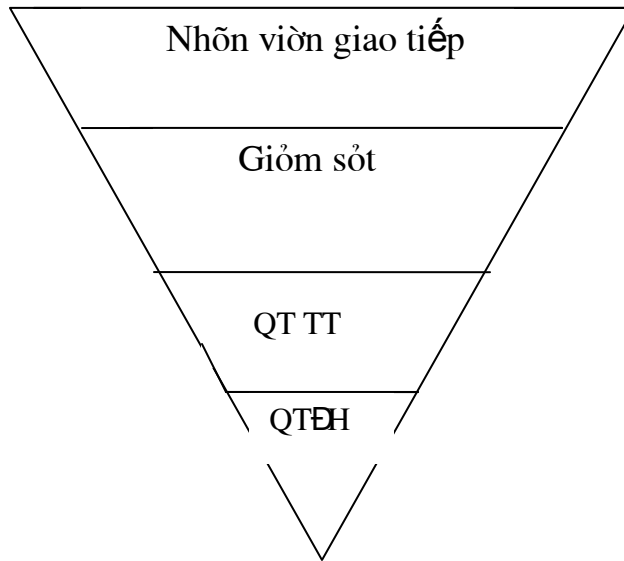
Khách sạn là cơ sở phục vụ kinh doanh lưu trú, là nơi bán và tiêu thụ những sản phẩm đáp ứng nhu cầu ăn, nghỉ, vui chơi giải trí của khách hàng nhằm mục đích thu được lợi nhuận tối đa.

Sản phẩm dịch vụ khách sạn đối với khách hàng là trừu tượng, họ không thể đánh giá khi chưa tiêu dùng và chỉ có thể cảm nhận qua hệ thống cơ sở vật chất và thái độ chuyên nghiệp của nhân viên, nhân viên giao tiếp là người trực tiếp tạo ra sản phẩm dịch vụ và cung cấp cho khách hàng, là cầu nối giữa khách hàng và khách sạn. Hơn nữa nhân viên giao tiếp chính là hình ảnh của khách sạn trong mắt khách hàng. Để biết được vị trí của nhân viên giao tiếp trong khách sạn cũng như mối quan hệ giữa nhân viên giao tiếp với khách sạn ta có mô hình quản trị sau:



Theo mô hình trên thì hệ thống quản trị khách sạn là một hình thang, nhà điều hành có vị trí ở trên cao, các nhân viên giao tiếp ở dưới cùng, các quản trị tầm trung và giám sát ở giữa. Theo mô hình trên, ta có thể nhận thấy quyền lực tập trung ở trên đỉnh, còn nhân viên giao tiếp không có quyền chủ động và phải tuân theo các chính sách mà ban quản trị điều hành đề ra, họ không được cung cấp dịch vụ trực tiếp cho khách hàng, họ ở vị trí thụ động. Với mô hình trên đã bộc lộ nhiều hạn chế mà theo người viết hạn chế lớn nhất đó là đội ngũ nhân viên giao tiếp họ không có quyền chủ động, không có sự năng động sáng tạo, không có cơ hội để bộc lộ bản thân của mình.

Ta so sánh mô hình quản trị và mô hình quản trị hiện đại:



Trong mô hình quản trị hiện đại để cung ứng được những dịch vụ tuyệt hảo khách sạn cần nhấn mạnh các yếu tố sau:

- Người làm việc được giao quyền
- Khi làm việc nhận được sự tôn trọng
- Giáo dục và đào tạo
- Công nghệ và kỹ năng cao.

Sự tuyệt hảo của dịch vụ			
Người làm việc được giao quyền		Khi làm việc nhận được sự tôn trọng	
		Giáo dục và đào tạo	
			Công nghệ và kỹ năng cao
Khách hàng đi trước			

Trong mô hình này các tầng bậc trách nhiệm bị loại bỏ tạo ra một tổ chức mới khoa học hơn đáp ứng các nhu cầu của khách hàng một cách nhanh chóng, bài bản hơn.

Người làm việc được giao quyền: việc giao quyền cho nhân viên tiếp xúc giúp họ đạt được hiệu quả công việc cao hơn bởi nhân viên tiếp xúc là người trực tiếp giao tiếp với khách hàng do đó họ nắm bắt được nhu cầu của khách hàng, mặt khác khi giao quyền cho họ, họ sẽ có cảm giác quan trọng và làm việc tốt để khẳng định vị trí của mình.

Khi làm việc nhận được sự tôn trọng: Khi làm việc nhận được sự tôn trọng bản thân nhân viên cũng thấy được tầm quan trọng của mình khi cung ứng các dịch vụ cho khách hàng và cố gắng thực hiện tốt nhất những nhiệm vụ mà mình được giao.

Giáo dục và đào tạo: Đây là công việc mà các nhà quản trị phải đặc biệt quan tâm và chú trọng, phải làm thế nào để không ngừng nâng cao chất lượng của đội ngũ nhân viên. Các nhà quản trị không chỉ chú trọng về trình độ chuyên môn nghiệp vụ mà còn phải quan tâm tới đến khả năng giao tiếp của nhân viên.

Công nghệ kỹ năng cao: Kỹ năng ảnh hưởng rất nhiều tới việc hình thành một dịch vụ hoàn hảo, kỹ năng phục vụ thể hiện sự chuyên nghiệp của nhân viên tiếp xúc, là yếu tố đảm bảo khả năng cung cấp cho khách hàng một dịch vụ hoàn hảo, đúng như cam kết và trông đợi của khách hàng về dịch vụ của khách sạn.

1.3. Chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng phòng

1.3.1. Khái niệm về chất lượng

Chất lượng dịch vụ là một khái niệm trừu tượng và nó tùy thuộc vào các góc độ nhìn nhận khác nhau của mỗi người, nhưng nhìn chung các khái niệm về dịch vụ thường đứng trên quan điểm của người tiêu dùng dịch vụ, tức là chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào cảm nhận của khách hàng.

Theo TCVN 581494: Chất lượng dịch vụ là toàn bộ những đặc trưng của sản phẩm dịch vụ có khả năng thoả mãn các yêu cầu đề ra.

Theo ISO 9002: Chất lượng dịch vụ là mức độ phù hợp của dịch vụ thoả mãn các yêu cầu đặt ra hoặc định trước của người mua.

Chất lượng dịch vụ phụ thuộc vào nhiều yếu tố như: Nhà cung ứng, khách hàng, sự cảm nhận và sự kỳ vọng của họ. Chất lượng dịch vụ chính là sự thoả mãn của khách hàng được xác định bởi việc so sánh chất lượng dịch vụ cảm nhận và trông đợi của khách.

1.3.2. Khái niệm về chất lượng dịch vụ phòng khách sạn

Thông qua khái niệm về chất lượng dịch vụ, từ đó có thể khái niệm chất lượng dịch vụ phòng như sau: Chất lượng dịch vụ phòng là chất lượng phòng ở và chất lượng các dịch vụ đi kèm nhằm thoả mãn nhu cầu của khách hàng trong thời gian lưu trú.

1.3.3. Các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ phòng khách sạn

Có rất nhiều chỉ tiêu được dùng để đánh giá chất lượng dịch vụ phòng, song có thể tổng hợp thành một số chỉ tiêu quan trọng như sau:

1.3.3.1. Chất lượng phòng ở

Chỉ tiêu này bao gồm những đánh giá của khách hàng về diện tích phòng ở có phù hợp hay không? Có đúng chỉ tiêu hay không? Giường, bàn làm việc...có đúng theo tiêu chuẩn hay không? Phòng ở là chỉ tiêu mà khách hàng dễ cảm nhận thấy nhất bởi khách hàng có thể nhìn, sờ vào nó rất cụ thể và cố định.

1.3.3.2. Chất lượng của các dịch vụ đi kèm

a. Tiềm nghi phục vụ

Tiềm nghi trong phòng có thể giúp cho việc đánh giá chất lượng dịch vụ phòng ban đầu dễ dàng hơn. Cơ sở vật chất tốt tạo nên tiềm nghi, lịch sự, hiện đại, sang trọng và thuận lợi cho khách. Tiềm nghi tốt được tạo bởi các yếu tố:

- Mức độ đồng bộ của trang thiết bị
- Mức độ sang trọng của trang thiết bị
- Tính thẩm mỹ
- Vệ sinh sạch sẽ và đảm bảo an toàn theo tiêu chuẩn

b. Đồ dùng sinh hoạt

Các đồ dùng sinh hoạt trong phòng gồm: Dầu gội đầu, kem đánh răng, bàn chải, khăn tắm, khăn rửa mặt, cốc uống nước, bình trà... phục vụ cho nhu cầu hàng ngày của họ. Đó có thể là những vật dụng nhỏ nhưng lại hết sức quan trọng bởi

khách hàng thường xuyên sử dụng tới những vật dụng đó, chính những vật dụng này ảnh hưởng lớn đến đánh giá của khách hàng đến dịch vụ phòng khách sạn.

c. Phương tiện giải trí

Phương tiện giải trí phục vụ cho nhu cầu bổ xung của khách hàng, dịch vụ vui chơi giải trí và dịch vụ đi kèm. Phương tiện giải trí phù hợp với loại hàng sao của khách sạn, phương tiện giải trí càng đa dạng thì khả năng giữ khách ở lại càng cao.

d. Sự sạch sẽ

Đây là mục tiêu quan trọng nhất mà khách hàng qua tâm khi đến lưu trú tại khách sạn, phòng phải được vệ sinh sạch sẽ hàng ngày, ga, khăn, gối phải được thay giặt hàng ngày, đảm bảo trong phòng không có bụi bẩn, luôn thoáng mát và không có mùi lạ.

e. Internet

Internet trong khách sạn phải đảm bảo các yếu tố sau:

- Đường truyền ổn định
- Chất lượng đường truyền tốt và truy cập nhanh
- Thời gian truy cập 24/24.

b. Điện thoại

Hệ thống điện thoại trong khách sạn phải đáp ứng các tiêu chuẩn sau:

- Hệ thống điện thoại phải được trang bị đồng bộ ở tất cả các loại phòng.
- Dễ dàng thực hiện các cuộc gọi nội bộ cũng như gọi ra ngoài khách sạn
- Tính cước phải chính xác.
- Khi thực hiện cuộc gọi phải đảm bảo nói và nghe rõ ràng.

f. Dịch vụ giặt là

Dịch vụ giặt là trong khách sạn để đáp ứng một trong những nhu cầu cơ bản của khách khi lưu trú dài ngày tại khách sạn. Một khách sạn có dịch vụ giặt là tốt phải đáp ứng các yếu tố sau:

- Nhận và trả đồ khách đúng giờ.
- Thanh toán đúng giá ghi trong bản giặt là.
- Đảm bảo không làm hỏng, rách đồ của khách.

g. Cảm giác chung

Đây là chỉ tiêu đánh giá chung nhưng lại khá quan trọng, chỉ tiêu này là đánh giá cuối cùng của khách về tất cả chỉ tiêu dịch vụ trong phòng sau khi đã bù trừ đi những dịch vụ đã đáp ứng yêu cầu của khách và những dịch vụ chưa đáp ứng được sự trông đợi của khách.

Thông qua các chỉ tiêu nêu trên, mỗi khách sạn có thể lấy ý kiến đóng góp của khách hàng cũng như đánh giá lại dịch vụ của khách sạn của mình còn yếu và thiếu tại đâu để tìm các phương án giải quyết phù hợp đáp ứng với nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

1.3.4. Phương pháp đo lường chất lượng dịch vụ phòng

Đo lường chất lượng dịch vụ phòng là công việc khó khăn bởi tính trừu tượng của dịch vụ và tính đặc thù của nó. Tuy nhiên đó cũng là việc làm cần thiết đối với mỗi doanh nghiệp. Thực tế chất lượng dịch vụ vẫn có thể đo lường và được đo bằng các phương pháp khác nhau:

- Phương pháp đo lường chất lượng dịch vụ căn cứ vào sự thoả mãn của khách hàng.
- Phương pháp đo lường dịch vụ căn cứ vào chất lượng của nhà cung ứng.
- Phương pháp đo lường dựa vào sự đánh giá của các chuyên gia
- Phương pháp đo lường chất lượng dịch vụ căn cứ vào tham gia của các giải thưởng chất lượng.

Trong các phương pháp trên phương pháp đo lường chất lượng dịch vụ căn cứ vào sự thoả mãn của khách hàng là phổ biến nhất và đem lại hiệu quả kinh tế cao nhất. Phương pháp này được tiến hành dựa trên cơ sở của phương pháp chọn mẫu thống kê. Bằng việc sử dụng phiếu điều tra, đánh giá phân tích kết quả, khách sạn sẽ tìm thấy điểm mạnh và điểm yếu của mình từ đó đưa ra những giải pháp phù hợp để nâng cao chất lượng dịch vụ.

1.4. Nâng cao chất lượng dịch vụ phòng khách sạn

1.4.1. Khái niệm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng

Nâng cao chất lượng được hiểu là toàn bộ những hoạt động được tiến hành trong toàn tổ chức để không ngừng duy trì mà còn nâng cao chất lượng hơn trước nhằm thoả mãn sự trông đợi của khách hàng, xã hội và đem lại hiệu quả cho khách sạn.

Ta có thể đưa ra khái niệm về nâng cao chất lượng dịch vụ phòng như sau: “Nâng cao chất lượng dịch vụ phòng là toàn bộ những hoạt động được tiến hành trong khách sạn để không ngừng duy trì mà còn nâng cao hơn nữa nhằm đáp ứng trông đợi ngày càng tăng của khách hàng khi nghỉ tại khách sạn và đem lại hiệu quả cao cho khách sạn” (Theo TCVN 9001: 9006)

Nâng cao chất lượng dịch vụ phòng thực chất là hoạt động của khách sạn nhằm đưa chất lượng lên mức cao hơn trước để thoả mãn nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng.

1.4.2. Ý nghĩa nâng cao chất lượng dịch vụ phòng trong khách sạn

Đối với xã hội: Nâng cao chất lượng dịch vụ phòng sẽ làm giảm đi chênh lệch về nghề nghiệp, trình độ văn hoá, dân tộc..Bởi vì khi đến khách sạn dù khách hàng có thuộc thành phần nào nhưng nếu cùng tham gia một loại dịch vụ thì họ sẽ được đối xử như nhau.

Đối với khách hàng: Khách hàng đến nghỉ tại khách sạn là họ muốn được nghỉ ngơi, thư giãn sau những ngày lao động mệt mỏi. Vì thế họ có mong muốn được quan tâm, chăm sóc tương ứng với số tiền mà họ bỏ ra. Việc nâng cao chất lượng dịch vụ sẽ làm cho khách hàng thoả mãn các yêu cầu của họ.

Đối với khách sạn: Nâng cao chất lượng dịch vụ sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động kinh doanh của họ như: Chất lượng dịch vụ phòng cao sẽ làm tăng doanh thu cho khách sạn, tăng khả năng cạnh tranh và tăng giá bán một cách hợp lý trên thị trường, giảm thiểu các chi phí kinh doanh cho khách sạn.

1.4.3. Nội dung nâng cao chất lượng dịch vụ phòng

1.4.3.1. Duy trì chất lượng dịch vụ phòng trong khách sạn

Theo ISO 9001:2000 việc duy trì chất lượng dịch vụ tập trung vào một trong hai nội dung chính đó là hoạt động phục hồi và phòng ngừa nhằm mục đích bảo đảm chất lượng dịch vụ phòng thường xuyên.

- Hoạt động phục hồi: Sự sai sót trong quá trình cung cấp dịch vụ là khó tránh khỏi. Quá trình khắc phục đạt hiệu quả cao thì nó sẽ củng cố hơn lòng trung thành của khách hàng. Điều này rất quan trọng vì khách hàng thường chú ý đến sự trôi chảy nhưng họ lại rất chú ý tới sự sai hỏng trong quá trình cung cấp dịch vụ. Để thực hiện sự phục hồi dịch vụ cần thực hiện một số nội dung sau:

- Tạo điều kiện thuận lợi cho việc trao đổi thông tin khi khách hàng không thoả mãn và đảm bảo rằng sẵn sàng có ai đó để giải quyết khiếu nại của khách hàng.

- Biện sự phục hồi thành cơ hội diễn tả sự quan tâm tới khách hàng
- Nghiên cứu các phàn nàn của khách hàng.
- Thông tin phản hồi từ đội ngũ nhân viên phải là một quá trình liên tục làm cơ sở cho việc nâng cao chất lượng dịch vụ.

- Hoạt động phòng ngừa: là toàn bộ các hoạt động nhằm loại bỏ nguyên nhân, ngăn chặn sự xuất hiện của sự không phù hợp tiềm ẩn. Cũng như phải đánh giá nhu cầu cho các hoạt động nhằm ngăn ngừa sự tái diễn không phù hợp. Sau đó ghi nhận kết quả đã đạt được khi thực hiện các biện pháp phòng ngừa đó có hiệu quả hay không.

1.4.3.2. Không ngừng nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ phòng trong khách sạn

Nâng cao chất lượng dịch vụ được hiểu đồng nghĩa với cải tiến chất lượng. Vì vậy để nâng cao chất lượng dịch vụ phòng khách sạn cần tiến hành xây dựng chương trình cải tiến chất lượng một cách bài bản và khoa học. Doanh nghiệp cần xác định 4 nguyên tắc cơ bản của nâng cao chất lượng dịch vụ phòng.

Thứ nhất: Xác định chất lượng là trước hết chứ không phải là lợi nhuận. Coi mục tiêu thoả mãn khách hàng là mục tiêu cao nhất của doanh nghiệp. Mọi tác động quản lý đều hướng về khách chứ không phải là khách sạn.

Thứ hai: Coi trọng chất lượng đội ngũ lao động

Thứ ba: Nâng cao chất lượng dịch vụ phải giải quyết một cách tổng thể, đầy đủ các mặt, các khâu, mọi nơi, mọi lúc, đồng bộ của quá trình hình thành chất lượng

Thứ tư: Kiểm tra với mục đích hạn chế và ngăn ngừa sai sót, tìm ra biện pháp khắc phục không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ.

Trên cơ sở 4 nguyên tắc trên khách sạn cần xây dựng cho mình một chương trình cải tiến đặc biệt gồm một số nội dung:

- Cam kết của ban quản lý: Yêu cầu của việc cải tiến chất lượng đầu tiên phải được thảo luận với các thành viên của ban quản lý và các thành viên phải cam kết thực hiện việc cải tiến chất lượng dịch vụ.

- Đánh giá chi phí của chất lượng: Xác định các yếu tố cấu thành giá của chất lượng. Cần đo lường chi phí và lợi nhuận của công ty.
- Hành động chính xác: Cần khuyến khích các thói quen xác định các vấn đề chất lượng và làm chính xác chúng ở mức độ cơ sở cần thiết.
- Đào tạo và huấn luyện về chất lượng: Xác định loại hình đào tạo, huấn luyện cần thiết cho mọi thành viên để họ tham gia tích cực, có hiệu quả trong phong trào cải tiến chất lượng.
- Xác lập mục tiêu: Các nhân viên được khuyến khích về việc thiết lập các mục tiêu cải tiến cho bản thân và nhóm của họ. Các giám sát viên nên giúp đỡ nhân viên lập ra mục tiêu xác định và có thể đo lường được.
- Hội đồng chất lượng: Là nguồn thông tin tốt nhất về tình trạng thực hiện chương trình cải tiến chất lượng. Các hội đồng chất lượng có thể cử ra chủ tịch, phó chủ tịch, lập chương trình nghị sự và lịch sinh hoạt định kỳ.

TIÊU KẾT CHƯƠNG 1

Ngày nay, với sự phát triển của nền kinh tế đã làm cho đời sống của con người ngày càng cao. Họ sẵn sàng bỏ qua những sản phẩm dịch vụ với giá rẻ, chất lượng kém để lựa chọn những sản phẩm dịch vụ chất lượng cao dù giá cao. Quan tâm đến chất lượng dịch vụ và không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ là một vấn đề rất

cần thiết, đặc biệt trong giai đoạn du lịch đang hội nhập vào du lịch thế giới và khu vực.

Do đó việc nghiên cứu tìm hiểu lí luận chung về vấn đề nâng cao chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp kinh doanh nói chung và doanh nghiệp kinh doanh khách sạn nói riêng là rất cần thiết và có ý nghĩa thực tiễn đối với mỗi doanh nghiệp. Việc nâng cao chất lượng dịch vụ đòi hỏi khách sạn phải sản xuất ra những sản phẩm có chất lượng cao để đáp ứng nhu cầu của khách, khách sạn phải thường xuyên nâng cao chất lượng chuyên môn của cán bộ công nhân viên, trang bị trang thiết bị hiện đại, có chính sách phát triển một cách khoa học và đồng bộ...Nâng cao chất lượng dịch vụ không chỉ là mối quan tâm của các doanh nghiệp du lịch - khách sạn mà còn được nâng lên thành chính sách của mỗi quốc gia, không chỉ nhằm mục đích tăng lợi nhuận mà còn nâng cao danh tiếng và uy tín của khách sạn.


CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ PHÒNG TẠI KHÁCH SẠN SƠN NAM - NAM ĐỊNH

2.1. Giới thiệu khái quát chung về khách sạn Sơn Nam - Nam Định

Vị trí địa lí :

Tên khách sạn: Khách sạn Sơn Nam

Cơ quan chủ quản: Công ty cổ phần Sơn Nam

Sao hạng : 

Tổng số phòng: 70 phòng

Địa chỉ: 26 Lê Hồng Phong – TP.Nam Định

Điện thoại: (0350) 3645617/ 2211318

Fax : (0350) 3848915

Email: sonacotravel@gmail.com

Là khách sạn thuộc công ty cổ phần Sơn Nam, tọa lạc giữa trung tâm thành phố, bên hồ Vị Xuyên thơ mộng. Tiềm năng chính của khách sạn hướng ra mặt hồ lồng gió, với công viên cây xanh rộng gần 4 ha có cây cối xanh tốt, không khí trong lành. Phía trước là Quảng trường 3-2, tượng đài Trần Hưng Đạo, phía sau là hồ Đình Ông. Có thể nói khách sạn Sơn Nam có một vị trí không gian lý tưởng, thuận tiện cho việc tham quan và nghỉ ngơi của du khách so với các khách sạn khác hiện có ở Nam Định. Từ khách sạn có thể tới các điểm tham quan nổi tiếng như: Quần thể di tích lịch sử Đền Trần, làng hoa Vị Khê, bãi biển Hải Thịnh, Quất Lâm...rất thuận tiện về mặt giao thông và thuận lợi về mặt địa lý.

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển của khách sạn Sơn Nam - Nam Định

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, doanh nghiệp, giao lưu hợp tác kinh doanh, tham quan du lịch. Vì thế công ty cổ phần Sơn Nam đã cho ra đời khách sạn Sơn Nam nhằm đáp ứng nhu cầu du lịch ngày càng phát triển của xã hội nói chung và của thành phố Nam Định nói riêng.

Công ty cổ phần Sơn Nam tiền thân là nhà khách ủy ban - một doanh nghiệp nhà nước trực thuộc văn phòng tỉnh ủy Nam Định, được thành lập theo quyết định số 366/QĐ – UB của ủy ban nhân dân tỉnh Nam Định.

Từ ngày 1/1/2006 đã được chuyển đổi loại hình công ty là công ty cổ phần Sơn Nam theo quyết định số 287/QĐ – UB của ủy ban nhân dân tỉnh Nam Định.

Đơn vị: Công ty Cổ phần Sơn Nam

Địa chỉ: 26 Lê Hồng Phong – TP.Nam Định

Giám đốc: Bùi Xuân Phòng

Điện thoại: 0350. 3645617

Số TK: 013267890

Công ty thực hiện các chức năng ngành nghề kinh doanh sau:

- Kinh doanh khách sạn nhà hàng
- Kinh doanh dịch vụ du lịch lữ hành
- Đại lý hàng hóa
- Dịch vụ xây dựng, kinh doanh nhà, quảng cáo, cho thuê văn phòng, xông hơi, massage, karaoke.
- Vận tải hàng hóa bằng đường bộ
- Vận chuyển hành khách theo hợp đồng bằng ô tô
- Đại lý bán vé máy bay.

Ngoài ra công ty còn có nhiệm vụ đảm nhận việc đón khách trung ương, đoàn khách quốc tế đến thăm và làm việc tại tỉnh Nam Định. Trước đó, năm 1998, đơn vị chuyển đổi cơ chế bao cấp sang hạch toán kinh doanh độc lập. Trong quá trình hoạt động, công ty đã gặp không ít khó khăn, nhưng với ý chí quyết tâm của tập thể cán bộ công nhân viên cùng với sự chỉ đạo đúng đắn của ban giám đốc trong hoạt động kinh doanh, đến nay công ty đã khẳng định được chỗ đứng trên thị trường và phát triển theo định hướng tiến bộ.

Ban đầu, khách sạn có cơ sở nghèo nàn với 3 khu nhà, 15 phòng ngủ, 2 phòng ăn, đội ngũ quản lý công nhân viên là 20 người với trình độ còn hạn chế, phương thức phục vụ đơn giản, còn nhiều bất cập thiếu hợp lý nhưng đến nay, cơ sở vật chất của công ty đã xây dựng khang trang hơn. Từ năm 2006 công ty đã tiến hành xây dựng thêm một khu liên hiệp nhà 5 tầng với 70 phòng ngủ, 3 nhà ăn lớn nhỏ, 1 phòng hội trường lớn với trang thiết bị hiện đại. Công ty đã thực hiện đồng loạt các biện pháp để thực hiện hoạt động sản xuất kinh doanh có hiệu quả như:

- Xây dựng kế hoạch trên cơ sở nghiên cứu thị trường
- Tiết kiệm vật tư lao động hợp lý để giảm giá thành
- Đầu tư chiều sâu để nâng cao chất lượng phục vụ
- Áp dụng công nghệ kỹ thuật tiên tiến

Công ty thực hiện chế độ khoán về công việc, sản phẩm doanh thu đối với người lao động và đối với các hoạt động trong công ty. Nhờ có những biện pháp hữu hiệu đó mà trong những năm qua công ty đã tổ chức đón tiếp và đáp ứng nhu cầu của nhiều đoàn khách trong và ngoài nước. Uy tín của công ty ngày càng được nâng cao, hiệu quả kinh tế của các hoạt động sản xuất kinh doanh tăng ổn định qua

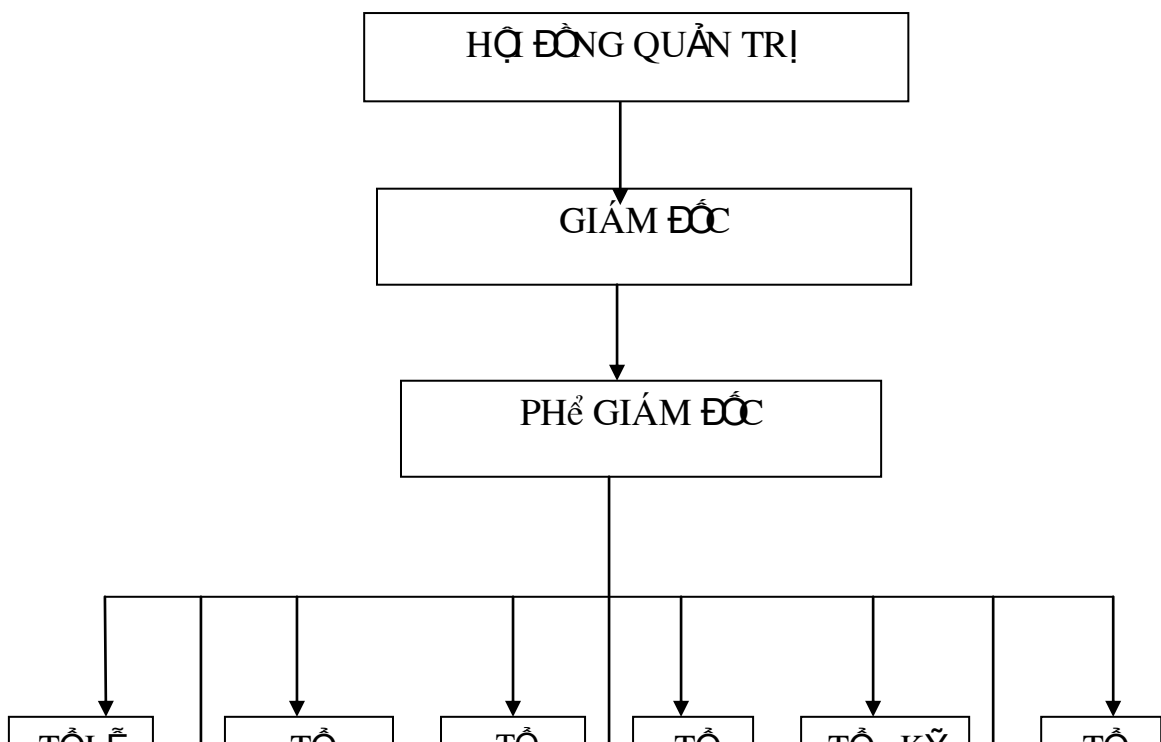
các năm. Công ty đã thực hiện đầy đủ các nghĩa vụ đối với các ngân sách nhà nước và không ngừng nâng cao đời sống của người dân lao động.

Năm 2007 công ty tiến hành xây dựng các khu giải trí như nhà thể thao(cầu lông, bóng bàn), nhà hàng Rosma... Đặc biệt, công ty mới mở thêm nhà hàng Lá Đỏ chuyên phục vụ nhu cầu ca hát khiêu vũ... Với các dự án này công ty Cổ phần Sơn Nam được đánh giá là khách sạn 3 sao – với dịch vụ đầy đủ nhất Nam Định.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức bộ máy của khách sạn Sơn Nam

2.1.2.1. Sơ đồ tổ chức bộ máy khách sạn Sơn Nam

Đối với một khách sạn hay một doanh nghiệp thì bộ máy tổ chức có vai trò vô cùng quan trọng, bộ máy tổ chức hợp lý giúp hoạt động của doanh nghiệp hiệu quả hơn.



Hình 2.1. Sơ đồ bộ máy tổ chức của khách sạn Sơn Nam

2.1.2.2. Chức năng, nhiệm vụ của các bộ phận

- Ban giám đốc : Quản lý và điều hành các hoạt động kinh doanh của khách sạn, đề ra và thực hiện các chính sách và chiến lược của khách sạn. Chịu trách nhiệm về toàn bộ kết quả hoạt động của khách sạn phối hợp công việc của các bộ phận.
- Phó giám đốc: Có trách nhiệm xử lý hằng ngày các hoạt động của khách sạn, xử lý các tình huống khẩn cấp, những lời phàn nàn của khách, các sự kiện đặc biệt và chịu trách nhiệm đối với các vấn đề phúc lợi và an toàn nhân viên của khách sạn và khách, chịu trách nhiệm với giám đốc về nhiệm vụ của mình.
- Phòng tổ chức - hành chính: Có trách nhiệm trong việc tuyển dụng nhân viên (Bao gồm cả việc tuyển dụng và chọn lựa nhân sự trong và ngoài) cũng như: các chương trình đào tạo, định hướng đào tạo, mối quan hệ giữa nhân viên, tiền lương, quan hệ lao động và phát triển nguồn nhân lực.
- Phòng thị trường – lễ hành: Có trách nhiệm khai thác và tìm nguồn khách mới. Bộ phận này đóng góp một vai trò thiết yếu trong khách sạn. Mục đích của bộ phận này là thu hút các nguồn khách bên ngoài đến với khách sạn, như khách cơ quan, các đoàn du lịch, hội nghị và hội thảo, cũng như xúc tiến bán sản phẩm của nhà hàng, đồ uống và các tiện nghi phục vụ khách ở trong và ngoài khách sạn. Đồng thời nghiên cứu và đưa ra các giải pháp tăng năng suất lao động cũng như doanh thu, đồng thời cũng đưa ra được nguyên nhân

lượng khách hạn chế hoặc thiếu thị trường. Phụ trách kinh doanh và tiếp thị là người chịu trách nhiệm về các hoạt động của bộ phận với Giám đốc.

- 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 hoạch toán, kiểm soát các chi phí hoạt động kinh doanh trong khách sạn. Cung cấp mọi thông tin, số liệu kiểm tra, giám sát tình hình hoạch 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 biến động tài sản, bảo quản hồ sơ và các tài liệu liên quan tới kế toán.

- Bộ phận bàn phục vụ ăn uống: Cung cấp nhiều tiện nghi, dịch vụ cho khách, nhưng tập trung chủ yếu vào việc phục vụ đồ ăn, thức uống trong nhà hàng, khách sạn, phòng họp, đại sảnh theo các kiểu gọi theo món hoặc tự chọn, thực hiện việc phục vụ tại buồng hoặc phục vụ hội nghị, phụ trách bộ phận phục vụ ăn uống, là người chịu trách nhiệm về các hoạt động của bộ phận với ban Giám đốc.

- Bộ phận Bếp: Thực hiện các chức năng quản lý, ra thực đơn, sản xuất, chế biến các món ăn theo yêu cầu của khách, chịu trách nhiệm về vệ sinh an toàn thực phẩm. Thực hiện chức năng giao, nhận và kiểm tra hàng hoá.

- 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 kỹ thuật và bảo dưỡng: Có trách nhiệm sửa chữa và bảo dưỡng toà nhà khách sạn và các phương tiện bên trong, cũng như thực hiện các chương trình bảo dưỡng định kỳ. Chương trình này được thiết lập để đánh giá các ảnh hưởng có thể phát sinh đối với trang thiết bị để bảo đảm rằng chúng không bị hư hỏng, bằng cách duy trì chúng ở trạng thái hoạt động tốt.

- Bộ phận buồng phòng: Có trách nhiệm quản lý các phòng khách và sự

sạch sẽ của tất cả cá phòng khách cũng như các khu vực công cộng trong khách sạn, chịu trách nhiệm về giặt là. Tổ trưởng buồng phòng là người chịu trách nhiệm về các hoạt động của bộ phận với ban Giám đốc.

- Bộ phận bảo vệ: Có trách nhiệm chính trong việc bảo vệ an toàn cho khách ở khách sạn, khách đến thăm khách sạn, nhân viên và toàn bộ tài sản. Bộ phận này bao gồm cả việc tuần tra xung quanh khách sạn, điều khiển các thiết bị giám sát và chất xếp hành lý. Tổ trưởng bảo vệ là người chịu trách nhiệm về các hoạt động của bộ phận với ban Giám đốc.

2.1.3. Nguồn lực của khách sạn

2.1.3.1. Nguồn nhân lực

Đội ngũ lao động là một trong những nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh của bất kỳ một doanh nghiệp nào. Chất lượng đội ngũ lao động được đánh giá từ nhiều yếu tố và có sự đòi hỏi khá cao, thông thường các chỉ tiêu là trình độ học vấn, độ tuổi, chuyên môn nghiệp vụ, khả năng giao tiếp.

Bảng 1: Số lượng lao động của khách sạn năm 2009 - 2010

Năm	2009	2010
Bộ phận		
Ban lãnh đạo	4	4
Buồng vệ sinh, giặt, là	21	25
Lễ tân và thu ngân	13	15
Nhà hàng	19	22

Hành chính	3	3
Kế toán	4	4
Kinh doanh	4	4
Câu lạc bộ sức khỏe	12	15
Sửa chữa	6	6
Bảo vệ	9	11
Tổng	95	109

(Nguồn: Báo cáo của phòng nhân sự khách sạn Sơn Nam năm 2010)

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 lao động ở các bộ phận như: Buồng phòng, nhà hàng, lễ tân và thu ngân, các bộ phận khác gần như không thay đổi.

Bảng 2: Cơ cấu theo giới tính và tuổi trung bình của cán bộ công nhân viên trong khách sạn năm 2010

(Đơn vị: Người)

Bộ phận	Số lượng	Giới tính		Độ tuổi TB
		Nam	Nữ	
Ban lãnh đạo	4	3	1	45
Buồng, vệ sinh, giặt là	25	4	21	25
Lễ tân và thu ngân	15	6	9	26

Nhà hàng	22	8	14	27
Hành chính	3	1	2	35
Kế toán	4	1	3	32
Kinh doanh	4	2	2	28
Câu lạc bộ sức khỏe	15	6	9	25
Sửa chữa	6	6	0	28
Bảo vệ	11	11	0	38
Tổng	109	48	61	

(Nguồn: Phòng nhân sự khách sạn Sơn Nam)

Nhìn vào bảng 2 ta thấy số lượng lao động của khách sạn là tương đối lớn gồm 109 người, nhưng lại có sự chênh lệch giữa nam và nữ. Nam là 48 người chiếm 44,04%, lao động nữ là 61 người chiếm 65,06% trong tổng cơ cấu của toàn khách sạn. Tỷ lệ lao động nữ ở bộ phận buồng, lễ tân và nhà hàng chiếm số đông (khối buồng, vệ sinh, giặt là gồm 21/25 nhân viên nữ, nhà hàng gồm 14/22 nhân viên nữ, lễ tân và thu ngân 9/15 nhân viên nữ). Do đặc trưng của công việc ở những bộ phận này mà cần sự tỉ mỉ, khéo léo, cẩn thận, đây là điều hoàn toàn bình thường trong kinh doanh khách sạn. Nhìn chung thì tỷ lệ lao động giữa nam và nữ trong khách sạn là hợp lý. Chẳng hạn như bộ phận bảo vệ và bộ phận kỹ thuật không tuyển nhân viên nữ, vì ở hai bộ phận này nhất là bộ phận bảo vệ cần sức khỏe tốt, cường độ làm việc cao, 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 các bộ phận như: Nhà hàng, lễ tân, câu lạc bộ sức khỏe, buồng. Đây là những người có trình độ chuyên môn nhưng chưa có kinh nghiệm, nhưng họ luôn làm việc với tinh thần và trách nhiệm cao nhất, có khả năng sáng tạo, cập nhật thông tin, đảm bảo phục vụ khách một cách tận tình chu đáo với thái độ ân cần, lịch sự, chu đáo và mang lại cho khách sự thoải mái và hài lòng nhất.

Độ tuổi trên 35 chủ yếu thuộc các bộ phận quản lý, nhân sự, những người giữ vị trí quan trọng trong khách sạn. Điều này chứng tỏ những người giữ trọng trách quan trọng của khách sạn là những người có kinh nghiệm lâu năm để điều hành và vạch ra những chiến lược tối ưu nhằm đưa khách sạn ngày càng phát triển và có được thương hiệu cũng như vị trí trên thị trường.

Lao động của khách sạn về trình độ đào tạo và trình độ ngoại ngữ được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 3: Trình độ học vấn và ngoại ngữ của đội ngũ lao động khách sạn Sơn Nam năm 2010

Trình độ	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
1. Trình độ học vấn		
Trên đại học	4	3.7
Đại học	25	22.9
Cao đẳng	39	35.8

Trung cấp	23	21.1
Lao động phổ thông	18	16.5
2. Trình độ ngoại ngữ (tiếng Anh)		
A	52	47.7
B	42	38.5
C	15	13.8

(Nguồn: Phòng nhân sự khách sạn Sơn Nam)

Qua bảng trên ta thấy phần lớn đội ngũ lao động của khách sạn đã được qua đào tạo ở các trường du lịch và dạy nghề trên cả nước. Trình độ chuyên môn và trình độ văn hóa của cán bộ và công nhân viên trong khách sạn khá cao. Tỷ lệ lao động trên đại học chiếm 3,7%, trình độ đại học là 22,9%, cao đẳng là 35,8%, trung cấp là 21,1%, lao động phổ thông 16,5%. Họ có kiến thức nhất định về kinh doanh khách sạn, quy tắc về ngoại giao, lễ nghi, phong tục tập quán, tâm lý khách. Đó được xem như là một thuận lợi của khách sạn vì đội ngũ lao động có vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh của khách sạn. Nếu như cơ sở vật chất tạo nên phần xác thì đội ngũ nhân viên tạo nên phần hồn của khách sạn. Nguồn lao động có trình độ quản lý tốt là một lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường, đồng thời tạo điều kiện cho người lao động được cống hiến trong quá trình lao động.

Về trình độ ngoại ngữ: Trình độ ngoại ngữ 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 ngoại ngữ là tiếng Anh và tiếng Trung, tiếng Nhật hầu như là không có.

2.1.3.2. Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn

Khách sạn có kiến trúc phương Đông nói chung, tiền sảnh được trang trí theo phong cách truyền thống sang trọng nhưng khá trang nhã. Tiền sảnh được trang trí các chậu hoa, bồn cây cảnh và bể cá, hệ thống ánh sáng được bố trí phù hợp tạo cảm giác ấm cúng, thoải mái và tiện nghi cho khách hàng. Khu vực này còn được

kê các dãy bàn ghế lịch sự, có hoa tươi, là nơi khách ngồi đợi trong quá trình đăng ký dịch vụ hay khách bên ngoài đến tìm gặp người thân đang lưu trú trong khách sạn.

Khu vực lễ tân nằm ngay chính giữa thẳng lối đi vào khu tiền sảnh, thuận lợi với tầm quan sát của khách khi vào khách sạn. Cách bài trí khá đơn giản, nhưng đảm bảo tính khoa học và thẩm mỹ.

Về phòng ở: Khách sạn có tất cả 70 phòng, các phòng đều được bài trí tao nhã với trang thiết bị tiện nghi, hiện đại. 70 phòng ngủ được trang bị điều hoà, hệ thống nước nóng và báo cháy tự động cùng với chương trình TV thu từ vệ tinh. Các phòng cũng có điện thoại riêng biệt được trang bị trong phòng tắm, có thể gọi đi trong nước và quốc tế. Tất cả các phòng đều được trang bị minibar với các loại thức uống có sẵn phong phú, tủ sắt điện tử an toàn, giường ngủ và các vật dụng trong phòng đạt chất lượng tiêu chuẩn. Các trang thiết bị chính trong phòng được liệt kê trong bảng kê tài sản được giao cho nhân viên quản lý phòng 1 bản và đặt trong phòng khách 1 bản.

Dịch vụ miễn phí: điêm tâm, báo chí, tắm hơi (sauna), phòng tập thể dục...

Ngoài các vật dụng chính trên, trong mỗi phòng còn đặt các dụng cụ khác như: bộ ấm trà, bình nước nóng, nước uống, các đồ dùng trong nhà tắm (xà bông tắm, bàn chải đánh răng, bông vệ sinh tai, lược, xà bông); tập hồ sơ (brochure khách sạn, bảng kê tài sản, bill minibar, bill laundry, hướng dẫn sử dụng Internet, nội quy khách sạn dành cho khách lưu trú, menu món ăn phục vụ tại phòng) và còn có một bản ý kiến khách hàng (Guest opinion survey) nhằm lấy ý kiến khách hàng về dịch vụ phục vụ để đảm bảo phục vụ khách tốt hơn.

Cũng như các khách sạn khác thì hoạt động du lịch ở Nam Định cũng mang tính thời vụ, do đó cơ cấu giá phòng của khách sạn cũng có sự thay đổi tương đối. Thực tế giá phòng thay đổi tùy thuộc vào nhiều yếu tố khác nhau. Vào thời điểm đông khách, số lượng phòng trong khu vực không đủ đáp ứng cho nhu cầu của khách giá phòng của khách sạn có thể tăng từ 30-40%, nhưng mùa vắng khách thì khách sạn lại có chính sách giảm giá phòng xuống để tránh lãng phí cơ sở vật chất và lao động.

Bảng 4: Hạng phòng của khách sạn Sơn Nam – Nam Định

(Đơn vị tính: VND)

Loại phòng	Giá phòng đơn	Giá phòng đôi	Giá phòng ba
Standard	450	450	500
Superior	550	550	580
Duluxe	680	680	700

(Nguồn khách sạn Sơn Nam-Nam Định)

❖ *Nhà hàng:*

Nhà hàng cung cấp cho khách hàng những món ăn Âu, Á đặc trưng trong một không khí ấm cúng và yên bình. Phục vụ cả khách đang lưu trú tại khách sạn và khách vắng lai khách địa phương. Nhà hàng được thông với bếp có thể phục vụ 600 khách cùng một lúc. Nhà hàng có phục vụ các bữa ăn sáng ăn trưa, bữa ăn tối của cả nhân viên, nhà hàng có thể phục vụ tiệc cưới, hội nghị, hội thảo, phục vụ gọi món, tổ chức tiệc dã ngoại theo yêu cầu...

❖ *Phòng họp, phòng tiệc:*

Phòng họp, hội nghị có sức chứa từ 60 đến 300 khách. Khách sạn cũng trang bị những phòng họp với những trang thiết bị hiện đại, bãi đỗ xe rộng và an toàn để phục vụ quý khách. Phòng được bố trí trên tầng 2 cùng với câu lạc bộ rất yên tĩnh, phòng họp được trang trí thiết bị hội họp như: Micro, bục thuyết trình, sân khấu loa...

❖ *Trung tâm kinh doanh:*

Nằm ở vị trí thuận lợi ngay cạnh khách sạn, trung tâm kinh doanh cung cấp cho quý khách những dịch vụ tiện nghi như máy tính, máy in, truy cập Internet tốc độ cao, nhận và gửi email, dịch vụ thông tin liên lạc, soạn thảo văn bản, máy photô và dịch vụ dịch thuật...

❖ *Trung tâm vui chơi giải trí:*

Khách sạn có trung tâm thẩm mỹ và giải trí – Lá Đỏ club. Đây là một trung tâm thẩm mỹ và giải trí chất lượng cao với đầy đủ trang thiết bị như phòng tập thể dục, phòng tập aerobic, tắm xông hơi, sân tennis, phòng massage, karaoke...

2.1.4. Kết quả hoạt động kinh doanh dịch vụ phòng của khách sạn Sơn Nam

Khách sạn Sơn Nam- Nam Định tuy mới được cổ phần, nhưng bằng việc đa dạng hoá các loại hình dịch vụ trong kinh doanh như lĩnh vực lưu trú, ăn uống, và dịch vụ bổ sung khác đã đem lại cho khách sạn nguồn doanh thu khá cao được thể hiện ở bảng sau:

*Bảng 5: Kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn
Sơn Nam – Nam Định*

STT	Đơn vị	Doanh thu		So sánh	
		Năm 2009	Năm 2010	Mức chênh lệch	%
1. Tổng doanh thu	Triệu đồng	13545	16132	2587	19
Lưu trú	Triệu đồng	9948	11436	1488	15

Ăn uống	Triệu đồng	2676	3562	886	33,1
Dịch vụ khác	Triệu đồng	921	1134	213	23,1
2. Tổng lượng khách	Lượt	13478	15367	1889	14
Nội địa	Lượt	12087	13537	1450	12
Quốc tế	Lượt	1391	1830	439	31,5
3. Lương bình quân	Triệu đồng	2,5	2,8	0,3	12
4. Tổng lao động	Người	98	109	11	11,2

(Nguồn: Khách sạn Sơn Nam – Nam Định)

Qua bảng số liệu thống kê về doanh thu của khách sạn năm 2009 - 2010 ta có thể nhận thấy doanh thu của khách sạn qua 2 năm 2009 và 2010 vừa qua đạt khá cao. Tổng doanh thu toàn khách sạn năm 2010 so với năm 2009 tăng 2587 triệu đồng tương ứng tăng 19%, trong đó doanh thu từ hoạt động lưu trú năm 2010 tăng 1488 triệu đồng tương ứng 15% so với năm 2009, lĩnh vực ăn uống năm 2010 đạt 3562 triệu đồng tăng 886 triệu đồng tương ứng tăng 33,1% trong tổng cơ cấu doanh thu so với năm 2009, doanh thu từ hoạt động kinh doanh khác tăng 23% trong tổng cơ cấu tổng doanh thu khách sạn cụ thể là năm 2009 đạt 921 triệu đồng, doanh thu năm 2010 đạt 1134 triệu đồng, tăng 213 triệu đồng. Các lĩnh vực kinh doanh của khách sạn có mối quan hệ mật thiết với nhau, chúng tuy khác nhau về loại hình nhưng có cùng mục đích là tạo ra lợi nhuận. Nếu hoạt động kinh doanh lưu trú làm ăn có hiệu quả có nghĩa là lượng khách đến khách sạn đông thì đây là cơ hội thúc đẩy kinh doanh ăn uống và dịch vụ bổ sung phát triển. Sự phát triển của hoạt động kinh doanh ăn uống sẽ nâng cao uy tín cho khách sạn đồng thời bản thân nó cũng thu hút một lượng khách đáng kể góp phần vào việc tăng doanh thu cho khách sạn. Sự đa dạng hoá các dịch vụ bổ sung của khách sạn luôn làm tăng sự hài lòng của khách đồng thời là yếu tố kích thích khách quay trở lại khách sạn. Nhưng thực tế doanh thu từ các dịch vụ bổ sung của khách sạn còn chiếm tỷ lệ nhỏ trong tổng doanh thu của khách sạn. Nhìn chung các dịch vụ bổ sung còn đơn điệu chưa hấp dẫn được du khách. Khách sạn cần tăng cường tìm hiểu tâm lý và thị hiếu khách để

đầu tư cho các dịch vụ bổ sung vì dịch vụ bổ sung thường mang lại lợi nhuận cao, kích thích sự tiêu dùng dịch vụ của khách sạn. Nhưng thực tế các dịch vụ bổ sung của khách sạn còn chiếm tỷ lệ nhỏ, nhìn chung các dịch vụ bổ sung còn đơn điệu chưa hấp dẫn được du khách. Khách sạn cần tăng cường tìm hiểu tâm lý và thị hiếu khách để đầu tư cho các dịch vụ bổ sung vì dịch vụ bổ sung thường mang lại lợi nhuận cao, kích thích sự tiêu dùng dịch vụ của khách sạn.

Tổng lượng khách của khách sạn năm 2009 đạt 13478 lượt/năm, năm 2010 đạt 15367 lượt/năm tăng 1889 lượt/năm. Thị trường trọng tâm của khách sạn là khách nội địa năm 2009 đạt 12087 lượt/năm, năm 2010 đạt 13537 lượt/năm tăng 1450 lượt/năm, tương ứng tăng 12%, khách nội địa bao gồm: khách doanh nhân từ các khu công nghiệp, các công ty liên doanh với nước ngoài trên địa bàn thành phố, khách địa bàn... Khách quốc tế năm 2009 đạt 1391 lượt/năm, năm 2010 đạt 1830 lượt/năm tăng 439 lượt/năm, tương ứng tăng 31,5% trong tổng cơ cấu lượng khách. Hiện nay khách sạn có xu hướng mở rộng thị trường khách, thu hút nhiều hơn nữa các thành phần khách khác nữa đến với khách sạn. Vì thế khách sạn luôn có nhiều chương trình khuyến mãi hấp dẫn vào cuối tuần với giá cả hợp lý để thu hút khách hàng.

Qua nghiên cứu các lĩnh vực hoạt động kinh doanh của khách sạn và thông qua kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn Sơn Nam – Nam Định qua 2 năm 2009 và 2010 có thể nhận thấy ở khách sạn đã có sự đầu tư chú ý về các lĩnh vực kinh doanh. Tuy nhiên, do một số yếu tố khách quan (tính thời vụ du lịch, sự cạnh tranh) nên hiệu quả kinh doanh chưa được như mong đợi. Trong tương lai, khách sạn sẽ bổ sung một số loại hình dịch vụ để phát huy tối đa thế mạnh của khách sạn, cũng như tăng doanh thu cho hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

2.2. Thực trạng chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam

2.2.1. Phương pháp điều tra

Chất lượng dịch vụ đóng vai trò quyết định đến sự sống còn của doanh nghiệp. Chất lượng dịch vụ tốt giúp doanh nghiệp có thể cạnh tranh, khẳng định vị trí của mình thông qua uy tín và lòng tin đối với khách hàng. Song việc đánh giá chất lượng dịch vụ là một công việc khó khăn bởi tính trừu tượng và tính đặc thù của sản phẩm dịch vụ. Việc đánh giá chất lượng dịch vụ trong kinh doanh khách

sạn nói chung và kinh doanh lưu trú nói riêng phải đứng trên nhiều góc độ, nhiều phương diện xuất phát từ những nhân tố vừa cụ thể vừa trừu tượng, vừa khách quan vừa chủ quan.

Để đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định em đã sử dụng phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ phòng bằng phương pháp đo lường căn cứ vào sự thỏa mãn chung của khách hàng. Phương pháp này bao gồm các bước sau:

Bước một: Xác định mẫu điều tra.

Bao gồm các công việc xác định cấu trúc mẫu, lựa chọn mẫu, lựa chọn kích cỡ mẫu.

Sử dụng phương pháp lấy mẫu phân tầng có tỷ lệ để chọn phiếu điều tra. Dựa vào tỷ trọng của khách sạn là khách sạn nội địa để tiến hành phân tầng cụ thể.

Bước hai: Thiết kế mẫu phiếu điều tra

Bước ba: Lập thang điểm và mức chất lượng.

Sử dụng thang điểm 5 với các mức chất lượng như sau:

Rất tốt: 5 điểm

TB: 2 điểm

Tốt: 4 điểm

Kém: 1 điểm

Khá: 3 điểm

Tương ứng với các mức chất lượng:

Nếu $x \leq \bar{X} < 2$: Chất lượng dịch vụ dưới xa mức trông đợi của khách hàng

Nếu $2 \leq \bar{X} < 3$: Chất lượng dịch vụ dưới mức trông đợi của khách hàng

Nếu $3 \leq \bar{X} < 4$: Chất lượng dịch vụ đáp ứng mức trông đợi của khách hàng.

Nếu $4 \leq \bar{X} < 5$: Chất lượng dịch vụ vượt mức trông đợi của khách hàng

Nếu $\bar{X} = 5$: Chất lượng dịch vụ đáp ứng mức trông đợi của khách hàng.

Bước 4: Phát phiếu điều tra

Việc phát phiếu điều tra được các nhân viên phục vụ phòng đặt trong phòng khách. Bên cạnh đó lễ tân phối hợp phỏng vấn trực tiếp một số khách hàng tại quầy lễ tân để nhận biết thái độ thực sự của khách hàng về dịch vụ phòng trong khách sạn.

Bước 5: Phát phiếu điều tra và cho điểm.

Sau 3 tuần kể từ khi phát phiếu điều tra tiến hành thu phiếu tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định tổng hợp cùng với số phiếu phỏng vấn trực tiếp tại quầy lễ tân. Số phiếu đặt tại phòng khách sạn là 220 phiếu, 80 phiếu phỏng vấn tại quầy lễ tân trong đó có 20% số phiếu dành cho khách nước ngoài, tổng số phiếu thu về 283 phiếu. Các tiêu chí lựa chọn đối tượng điều tra đều phù hợp với tiêu chí thực tế của khách sạn.

Đối tượng điều tra: Cơ cấu lượng khách đến khách sạn theo điều tra nam chiếm tỷ lệ 61% và nữ là 39% trong tổng cơ cấu khách của khách sạn, từ tỷ lệ đó tương ứng ta có: Nam: 173 người, nữ: 110 người.

- Độ tuổi: 25 tuổi – 55 tuổi
- Quốc tịch: Việt Nam, Trung Quốc, Hàn Quốc.
- Trình độ học vấn: Bất kỳ
- Nghề nghiệp: Doanh nhân, giáo viên, sinh viên...

Bước 6: Xử lý và phân tích số liệu.

Dựa vào kết quả về chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn và căn cứ vào thang điểm đã lập. Em đã tính toán các chỉ tiêu theo công thức đã lập ở chương 1 và lập bảng thông kê.

Bước 7: Kết quả điều tra.

Dựa vào kết quả tính toán kết hợp với quá trình tìm hiểu nghiên cứu để đưa ra nhận xét, đánh giá, kết luận chung về chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn.

2.2.2. Kết quả điều tra.

(Đơn vị: điểm)

Chỉ tiêu	Xij
Phòng ở	3,74
Ăn uống tại phòng	3,34
Tiện nghi	3,81
Giặt là	3,46
Minni bar	2,94

Internet	3,23
Điện thoại	2,67
Sự sạch sẽ	3,76
Cảm giác chung	3,46
\bar{X}	3,49

Bảng 6: Chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn Sơn Nam-Nam Định qua đánh giá của khách hàng

Nhìn vào bảng số liệu trên ta có thể nhận thấy rằng đánh giá chung của khách hàng về chất lượng dịch vụ phòng của 283 khách hàng về 6 chỉ tiêu của phòng ở là 3,49 điểm. Kết quả này cho thấy chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn đã đáp ứng được mức trông đợi của khách hàng. Tuy nhiên để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của khách hàng và mang tới dịch vụ tốt hơn cho khách hàng đồng thời nâng cao khả năng cạnh tranh của khách sạn thì vấn đề nâng cao chất lượng dịch vụ phòng phải được khách sạn quan tâm một cách đúng mức để đảm bảo hiệu quả kinh doanh và kế hoạch kinh doanh của khách sạn.

Phòng ở: Chỉ tiêu này đáp ứng mức trông đợi của khách hàng, chỉ tiêu này đạt 3,74 điểm thực tế so sánh về phòng ở của khách sạn Sơn Nam với phòng ở của khách sạn 3 sao khác, thì chất lượng phòng của khách sạn Sơn Nam có phần tốt hơn. Điều này là lợi thế mà khách sạn cố gắng để phát huy và thu hút lượng khách tối đa cho khách sạn.

Cảm giác chung: Chỉ tiêu này đạt mức điểm 3,46 điểm và đáp ứng mức trông đợi của khách hàng đối với một khách sạn 3 sao, chỉ tiêu này cho thấy đại đa số các khách hàng đánh giá cao về chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn.

Sự sạch sẽ: Sự sạch sẽ cũng được đánh giá ở mức độ tương đối cao 3,76 điểm điều này vô cùng quan trọng bởi sự trông đợi của khách hàng khi đến lưu trú là được nghỉ ngơi trong một căn phòng thực sự sạch sẽ, ngăn nắp.

Tiện nghi: Là chỉ tiêu đạt mức khá cao đáp ứng sự mong đợi của khách hàng, do các tiện nghi trong phòng đều mới và hiện đại nên được khách hàng đánh giá

cao. Do đó khách sạn cần chú ý hơn nữa đến vấn đề bảo dưỡng để nâng cao chất lượng hơn nữa đối với chỉ tiêu này.

Giặt là: Dịch vụ giặt là đã đáp ứng được nhu cầu trông đợi của khách hàng, đồ giặt của khách luôn được trả đúng giờ và đặt vào trong phòng khách nếu khách không có ở trong phòng.

Internet: Chất lượng dịch vụ internet trong phòng khách sạn đã đáp ứng nhu cầu của khách, tuy nhiên đường truyền internet có lúc chưa ổn định, mặc dù có thể truy cập wifi nhưng cũng có một số khách phàn nàn với quầy lễ tân chất lượng đường truyền kém, do vậy cần đôn đốc bộ phận bảo dưỡng thường xuyên kiểm tra hệ thống internet để khắc phục kịp thời sự cố và đáp ứng một cách tốt nhất nhu cầu của khách.

Điện thoại: Chỉ tiêu này dưới mức trông đợi của khách đạt 2,67 điểm, nhiều phiếu đánh giá chất lượng là trung bình có thể do một số khách không biết cách gọi ra nước ngoài dù trong phòng đã có bản hướng dẫn, do đó các nhân viên buồng cần chú ý vấn đề kiểm tra các trang thiết bị trong phòng hàng ngày dù là những vật dụng nhỏ nhất.

Mini bar: Nhìn chung đã đáp ứng được nhu cầu của khách, tuy nhiên khách sạn cần bổ sung thêm sự đa dạng và phong phú của sản phẩm, thỏa mãn nhu cầu đối với nhiều đối tượng khác nhau.

Ăn uống tại phòng: Đạt mức điểm 3,34, là mức độ thỏa mãn nhu cầu của khách, mức độ này đã đáp ứng được khá tốt nhu cầu của khách hàng. Khách sạn cần chú ý nâng cao hơn nữa chất lượng của dịch vụ này để đáp ứng nhu cầu của khách một cách nhanh nhất và tốt nhất.

Tuy nhiên, phần lớn chất lượng dịch vụ phòng mà khách sạn cung cấp cho khách hàng mới chỉ dừng lại ở mức độ thỏa mãn sự trông đợi chưa được vượt sự trông đợi, vẫn còn một số chỉ tiêu chưa làm thỏa mãn sự trông đợi của khách hàng, chưa thực sự đem lại hiệu quả cao cho khách sạn.

Vấn đề đặt ra đối với các chỉ tiêu đạt yêu cầu là tiếp tục duy trì và phát huy một cách có hiệu quả, còn với các chỉ tiêu còn thấp điểm thì khách sạn cần có biện pháp khắc phục. Làm tốt được điều này sẽ giúp khách sạn giữ được vị thế, thương hiệu cũng như khả năng cạnh tranh trên thị trường.

2.2.3. Đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam-Nam Định.

Qua nghiên cứu thực trạng chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam-Nam Định cho ta thấy một điều đáng mừng là chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn tương đối tốt. Khách hàng phần lớn đều đánh giá chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn đạt mức trông đợi của họ, với thành phần khách khác nhau, nhưng qua nghiên cứu cảm nhận thì kết quả đánh giá chất lượng dịch vụ phòng từ họ không chênh lệch nhiều. Đây là kết quả đáng mừng đối với khách sạn, chứng tỏ rằng dịch vụ phòng của khách sạn cung cấp là khá tốt.

Chỉ tiêu về dịch vụ phòng đạt 3,49 điểm, chỉ tiêu này đã đáp ứng được mức trông đợi của khách. Để tồn tại và phát triển khách sạn luôn chú ý tới chất lượng sản phẩm. Đối với khách sạn thì chất lượng sản phẩm thể hiện trước hết ở tiện nghi phòng ở đồng bộ, các trang thiết bị trong phòng đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi của khách hàng.

Khách sạn có đội ngũ nhân viên ở bộ phận buồng phòng khá trẻ, năng động có trình độ chuyên môn và tay nghề cao, được đào tạo ở các trường Đại học, Cao đẳng, trung cấp về du lịch và khách sạn trên cả nước. Chính đội ngũ này sẽ góp phần tạo ra sản phẩm dịch vụ với chất lượng đảm bảo. Các nhân viên coi sự hài lòng của khách hàng là những tiêu chuẩn và mục đích cuối cùng mà bản thân họ cần hướng tới. Khách đến với khách sạn không chỉ hài lòng với cơ sở vật chất khang trang, hiện đại mà còn bị thuyết phục bởi sự hiếu khách của tập thể cán bộ công nhân viên trong khách sạn.

Khách sạn luôn chú ý tới việc nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật của bộ phận phòng, nhằm tăng tính tiện nghi và đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng đến với khách sạn.

Khách sạn Sơn Nam được cổ phần, đã nắm bắt được các nhu cầu thiết yếu của con người. Để hoàn thiện những nhu cầu đó, khách sạn 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.

Khách sạn có nhiều ưu đãi đối với khách hàng đến lưu trú như: Tặng vé ăn sáng miễn phí, vé giảm giá ở câu lạc bộ sức khỏe và câu lạc bộ Lá đỏ.

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 nói chung và nhân viên của bộ phận buồng phòng nói riêng 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 nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam-Nam Định.

Vào thời gian nhất định, 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 khách ngày càng được nâng cao mà còn khích lệ tinh thần phấn đấu học hỏi cho nhân viên.

Bên cạnh đó khách sạn còn đưa ra những chuẩn mực về tinh thần, 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 chức năng của mỗi nhân viên đảm nhận.

Công tác hoạch định chất lượng cũng được ban giám đốc khách sạn Sơn Nam có những biện pháp xác lập những mục tiêu tổng quát và chính sách chất lượng. Đề ra nhiệm vụ trước mắt và lâu dài để nhân viên trong khách sạn nắm bắt và thực hiện một cách tốt nhất.

Công tác quản lý về cơ sở vật chất, trang thiết bị với nỗ lực cải tạo đổi mới không ngừng để nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh có thể thấy rằng khách sạn đã đánh giá vai trò rất cao của yếu tố này trong việc hình thành nên chất lượng dịch vụ, phát triển hoạt động sản xuất kinh doanh của khách sạn lấy chất lượng làm mục đích cần hướng tới.

Với những công việc mà khách sạn Sơn Nam - Nam Định đã và đang thực hiện hứa hẹn trong tương lai một kết quả tốt đẹp, đó là khách sạn sẽ xây dựng lên một môi trường làm việc tích cực, một truyền thống tốt đẹp tạo điều kiện cho nhân viên phát huy khả năng, xây dựng một đội ngũ nhân viên chất lượng cao mang lại hiệu quả kinh tế cao trong hoạt động kinh doanh của khách sạn.

2.3. Một số tồn tại và nguyên nhân gây nên thực trạng chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam Nam Định

2.3.1. Một số tồn tại

Qua thực trạng thăm dò chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam-Nam Định qua cảm nhận của khách hàng thì bên cạnh những thành tựu đã đạt được khách sạn còn có một số những hạn chế và những tồn tại về chất lượng dịch vụ phòng. Một sản phẩm được coi là tốt chỉ khi nào nó đáp ứng vượt mức trông đợi của khách. Vì vậy qua việc thăm dò này em nhận thấy chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn còn một số tồn tại như sau:

Nhìn chung chất lượng dịch vụ đáp ứng yêu cầu mong đợi của khách hàng. Các chỉ tiêu chất lượng dịch vụ hầu hết làm khách hàng hài lòng và đánh giá tương đối tốt. Điều đó cho thấy khách sạn đã quan tâm đến vấn đề chất lượng dịch vụ và công tác quản trị chất lượng. Tuy nhiên vẫn còn một số tồn tại về dịch vụ phòng mà khách sạn chưa thực sự quan tâm.

Về cơ sở vật chất kỹ thuật: Khách sạn Sơn Nam-Nam Định cổ phần và đưa vào hoạt động được 7 năm với cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối tốt, các trang thiết bị tiện nghi hiện đại đây là điểm mạnh mà khách sạn cần phát huy. Tuy nhiên, qua thời gian một số trang thiết bị tiện nghi cũng bị xuống cấp như khách hàng vẫn còn phàn nàn về hệ thống điều hòa trong phòng, internet không ổn định, vấn đề bảo trì cơ sở vật chất kỹ thuật chưa thực sự được quan tâm triệt để.

Về đội ngũ lao động: Đội ngũ nhân viên dịch vụ phòng của khách sạn hiện nay còn yếu về một số mặt, các nhân viên của bộ phận tương đối nắm rõ quy trình làm việc cũng như các dịch vụ bổ sung khác. Tuy nhiên, một số lao động ở bộ phận này vẫn còn thờ ơ với công việc, ý thức và tinh thần công việc chưa cao, có một số nhân viên còn cưỡi lừa trong quá trình làm việc làm mất đi tính chuyên nghiệp của khách sạn.

Về vấn đề vệ sinh: Đa số khách hàng phản ánh tốt chất lượng vệ sinh phòng bao gồm cả dọn dẹp phòng cũng như thay chăn ga gối hàng ngày, tuy nhiên đôi lúc vẫn có khách hàng vẫn gọi điện xuống lễ tân yêu cầu thay ga trải giường vì có vết bẩn hoặc vết rách. Ngoài việc vệ sinh hàng ngày, vào mỗi thứ hai hàng tuần, nhân viên phòng đi cọ rửa tất cả các thiết bị vệ sinh trong phòng bằng chất tẩy rửa chuyên dụng, việc này đôi khi khiến nhân viên rập khuôn khá máy móc khi có vết bẩn nhỏ nhân viên không làm ngay ảnh hưởng đến sự chuyên nghiệp của khách sạn.

Về công tác giám sát, kiểm tra: Do đặc thù công việc của bộ phận dịch vụ phòng thường làm khi khách không có trong phòng và không có sự giám sát của nhân viên quản lý nên đôi khi làm nhanh chóng để xong việc không quan tâm đến chất lượng.

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

Nhìn chung nhân viên của khách sạn Sơn Nam-Nam Định 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.

2.3.2. Một số nguyên nhân

2.3.2.1. Nguyên nhân chủ quan

Như đã trình bày ở trên mặc dù khách sạn có những lợi thế về cơ sở vật chất kỹ thuật so với các khách sạn 3 sao khác nhưng đội ngũ nhân viên lại làm việc thiếu cẩn trọng và thờ ơ với công việc làm giảm chất lượng dịch vụ phòng, mặt khác vấn đề nâng cao chất lượng dịch vụ nói chung và chất lượng dịch vụ phòng nói riêng cho đến nay vẫn chưa được khách sạn quan tâm đồng bộ và thích đáng. Hiện nay số lượng nhân viên dịch vụ phòng, giặt, là chỉ là 25 nhân viên, đội ngũ nhân viên dịch vụ phòng nhìn chung còn thiếu về số lượng và yếu về chất lượng.

Công tác tuyển dụng cũng được quan tâm, nhưng khi đã tuyển được những lao động tốt thì chế độ đãi ngộ nhân sự kém gây nên tâm lý chán nản và không muốn gắn bó lâu dài, không nhiệt huyết với công việc làm giảm chất lượng dịch vụ phòng.

Công tác bố trí và phân công lao động tại bộ phận phòng của khách sạn còn nhiều bất cập và thiếu khoa học, việc bố trí lao động không linh động. Ca sáng cần nhiều lao động thì không được phân công, ca chiều lại thừa lao động gây nên tình trạng lãng phí thời gian và nhân công lao động của bộ phận này.

Công tác giám sát kiểm tra chưa thực sự được quan tâm, bên cạnh đó còn có tình trạng nhân viên làm sai bao che cho nhau, trưởng bộ phận bao che cho nhân viên mình. Tình trạng này kéo dài sẽ dẫn đến sự ỷ lại của nhân viên không chịu sửa chữa khuyết điểm như vậy sẽ làm giảm chất lượng dịch vụ phòng.

Vấn đề bảo trì bảo dưỡng các trang thiết bị cung không được bảo trì và sửa chữa định kỳ làm cho một số các trang thiết bị hỏng nặng phải bỏ đi gây lãng phí cho khách sạn.

2.3.2.2. Nguyên nhân khách quan

Hiện nay công tác quản lý chất lượng dịch vụ khách chưa được quan tâm một cách đồng bộ và thích đáng. Tại các khu du lịch mới chỉ có hình thức thành lập các hiệp hội du lịch đệt thống nhất về giá cả dịch vụ mà chưa quan tâm đến chất lượng dịch vụ mà các cơ sở kinh doanh cung cấp cho khách hàng.

Sự cạnh tranh trên thị trường: Trong nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần hiện nay, cùng với chính sách mở cửa, sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường càng diễn ra quyết liệt. Những năm qua, thị trường kinh doanh khách sạn du lịch diễn ra khá sôi động, việc xây dựng khách sạn ồ ạt không theo quy hoạch dẫn đến tình trạng mất cân đối giữa cung và cầu. Chính vì thế mà thị trường có sự cạnh tranh không lành mạnh giữa các khách sạn, đặc biệt là về giá cả. Các khách sạn giảm giá để thu hút khách, song việc giảm giá dẫn tới một dịch vụ không đảm bảo chất lượng, khách sạn mất uy tín và giảm doanh thu rất lớn.

Xếp hạng khách sạn: Tổng cục du lịch đã ban hành quy định tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn nhưng việc xếp hạng sao cho khách sạn và công tác quản lý còn nhiều yếu tố lỏng lẻo do không có kế hoạch đánh giá định kỳ lại các tiêu chuẩn. Rất nhiều các khách sạn sau khi phân đấu được mức chất lượng đăng ký xếp hạng đã không duy trì và phân đấu nâng cao chất lượng dịch vụ mà còn có xu hướng làm giảm mức tiêu chuẩn đã đăng ký.

Chất lượng đào tạo: Việc phát triển và đào tạo nguồn nhân lực để phục vụ cho ngành du lịch chưa tốt. Vấn đề đào tạo đã được Đảng và Nhà nước quan tâm nhưng hiệu quả chưa cao, sinh viên của ngành còn gặp nhiều khó khăn khi ra trường bởi phải có thời gian tiếp cận với thực tế, những sinh viên này được học lý thuyết nhiều còn thời gian thực hành lại rất ít. Hơn nữa, việc đào tạo ngoại ngữ chuyên ngành ở một số trường còn kém, điều này làm giảm chất lượng dịch vụ đi rất nhiều vì dịch vụ là một chuỗi hoạt động giao tiếp giữa khách hàng và nhân viên phục vụ.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 2

Kinh doanh dịch vụ là một trong những ngành kinh doanh đem lại lợi nhuận lớn không chỉ đối với mỗi doanh nghiệp mà nó còn góp phần vào việc tăng thêm nguồn thu cho đất nước. Để có thể đứng vững và cạnh tranh được trên thị trường thì doanh nghiệp đó phải tìm cho mình một hướng đi riêng, một chiến lược phù hợp. Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn nói chung và kinh doanh buồng phòng nói riêng thì một doanh nghiệp muốn thu hút được nhiều khách đến với doanh nghiệp mình với số lượng lớn, tăng hiệu quả kinh doanh và nâng cao uy tín của mình trên thị trường thì doanh nghiệp đó phải có khả năng đảm bảo cung cấp cho khách hàng các dịch vụ với chất lượng tốt nhất. Chính vì vậy việc nâng cao chất lượng dịch vụ là một yêu cầu cần thiết và cấp bách quyết định đến sự thành công hay thất bại của doanh nghiệp.

Qua nghiên cứu thực trạng chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định cho ta thấy một điều đáng mừng là chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn là tương đối tốt và đã đáp ứng được nhu cầu và sự thỏa mãn của khách hàng. Để sau này hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú đi vào hoạt động có hiệu quả thì ngoài việc duy trì và phát huy tiềm năng vốn có của doanh nghiệp thì khách

sạn cần có nhiều biện pháp hơn nữa để phát huy những điểm mạnh và hạn chế cũng như khắc phục những điểm yếu để nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng trong thời gian hiện tại cũng như tương lai, đảm bảo cung cấp cho khách hàng những sản phẩm dịch vụ tốt nhất, đem lại hiệu quả kinh tế cao hơn nữa.

Nhận thức được tầm quan trọng đó em xin mạnh dạn đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định ở chương 3

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ PHÒNG TẠI KHÁCH SẠN SON NAM - NAM ĐỊNH

3.1. Định hướng phát triển kinh doanh của khách sạn

3.1.1. Phương hướng chung

Trước sự phát triển chung của ngành khách sạn - du lịch, yêu cầu nâng cao chất lượng dịch vụ ở các khách sạn trên địa bàn cả nước nói chung, trên địa bàn Nam Định nói riêng trở thành một yếu tố cần thiết và cấp bách. Từ thực trạng chất lượng dịch vụ của doanh nghiệp mình khách sạn Sơn Nam - Nam Định đã lập ra kế hoạch, đề ra phương hướng và biện pháp phát triển trong thời gian tới nhằm đạt hiệu quả kinh tế cao hơn trong hoạt động kinh doanh của khách sạn.

Khách sạn Sơn Nam tuy mới được cổ phần trong thời gian không lâu nhưng đã từng bước khẳng định được vị thế của mình trên thị trường. Sự thành công này được khẳng định bởi lượng khách đến với khách sạn ngày càng đông và sự hài lòng về dịch vụ của họ về khách sạn. Có được sự thành công đó bởi sức cạnh tranh về chất lượng dịch vụ của khách sạn không ngừng được nâng cao. Trong thời gian tới, mục tiêu chiến lược của khách sạn là duy trì và nâng cao chất lượng dịch vụ

của khách sạn lên mức cao hơn để xứng đáng với tiềm năng sẵn có của khách sạn. Để làm được điều này khách sạn đã có kế hoạch cụ thể như sau:

Xác định thị trường mục tiêu: Thông qua việc tìm hiểu thị trường khách và số lượng khách nghỉ tại khách sạn, ban lãnh đạo đã xác định rõ thị trường mục tiêu của khách sạn. Hiện tại thị trường chính của khách sạn là khách nội địa, mà cụ thể là khách lân cận Nam Định và khu vực phía Bắc, đây là lượng khách chiếm số lượng lớn trong tổng số khách đến với khách sạn. Mặc dù thời gian lưu trú trung bình ngắn và khả năng thanh toán trung bình nhưng là thị trường khách ổn định trong những năm gần đây.

Khách sạn phải từng bước hoàn thiện dịch vụ bổ sung, đa dạng hóa các loại hình 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 Sơn Nam với thị trường trong khu vực, giữ mối làm ăn 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 chính sách, tình hình các sự kiện lớn sắp diễn ra nhằm vạch ra 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 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.

Cơ sở vật chất kỹ thuật: Để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng, năm tới khách sạn sẽ bổ sung một số thiết bị mới, thay thế các thiết bị đã cũ, những thiết bị cũ nhưng vẫn sử dụng được sẽ tiến hành bảo dưỡng, sơn sửa, trùng tu lại để tiết kiệm kinh phí cho khách sạn.

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

3.1.2. Mục tiêu

Đề khẳng định vị trí của mình trên thị trường, khách sạn Sơn Nam đã đề ra cho mình một mục tiêu kinh doanh đó là phải nâng cao được sức cạnh tranh về chất lượng dịch vụ về tất cả các hoạt động như lưu trú, ăn uống, dịch vụ bổ sung.

Phấn đấu tăng mức doanh thu hàng năm, năm sau tăng 1,2 đến 1,4 lần so với năm trước đảm bảo doanh thu bù đắp chi phí có lãi. Tăng công suất sử dụng phòng sao cho công suất bình quân đạt trên 70%.

Nâng cao thu nhập cho người lao động bình quân từ 3triệu/tháng.

Triển khai toàn diện ngành nghề kinh doanh có hiệu quả, đảm bảo đúng pháp luật, khai thác có hiệu quả các dịch vụ tại khách sạn.

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

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.

3.1.3. Chiến lược kinh doanh

Trong hoạt động kinh doanh của khách sạn Sơn Nam - Nam Định thì hoạt động kinh doanh lưu trú mang lại nguồn doanh thu lớn nhất cho khách sạn. Vì vậy mà việc hoạch định chiến lược lâu dài là rất cần thiết nhằm duy trì và phát triển hoạt động kinh doanh của khách sạn nói chung và kinh doanh dịch vụ phòng nói riêng. Khách sạn đề ra một số chiến lược như sau:

Tập trung nguồn vốn của mình trong kinh doanh bằng việc mở rộng phạm vi kinh doanh và phát triển thêm nhiều dịch vụ mới cũng như dịch vụ bổ sung để tăng sức hút với khách.

Đầu tư các trang thiết bị cho khu vực buồng phòng của khách sạn, nâng cao chất lượng dịch vụ phòng đạt tiêu chuẩn cao nhất về tiện nghi và sự sạch sẽ.

Xây dựng chính sách giá hợp lý, có những chính sách giá mềm dẻo theo từng giai đoạn, từng thời điểm cụ thể và có chính sách phân biệt giá đối với từng

đối tượng cụ thể như có giá ưu đãi cho các công ty ký hợp đồng với khách sạn và các công ty du lịch.

3.2. Một số giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định

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 kì doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ 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 như: Lưu trú, ăn uống, một số các dịch vụ bổ sung khác liên quan. Chính vì vậy mà 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, khu vực nào, khách sạn muốn khai thác nhóm khách nào là chủ yếu. Với thực trạng của khách sạn Sơn Nam - Nam Định hiện nay thì đối tượng khách có thể khách quốc tế có thể khách nội địa, có khả năng chi trả cao và trung bình, đòi hỏi khá cao về chất lượng dịch 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 những năm gần đây xuất hiện nhiều khách sạn cao cấp có quy mô lớn, mức độ cạnh tranh cao điều đó làm cho công tác 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 đang 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, tập gấp... Tìm cách củng cố mối quan hệ với các khách hàng thân thiết và các công ty du lịch, đưa ra các chính sách ưu đãi để thu hút họ tới với khách sạn. Đồng thời khách sạn nên tìm cách liên hệ với các nhà máy, xí nghiệp, trường học... thu hút họ tiêu dùng sản phẩm lữ hành của khách sạn vào các kỳ nghỉ của họ.

Tổ chức các sự kiện, hội nghị hội thảo là một trong những dịch vụ bổ xung của khách sạn. Cần có những chiến lược marketing đến từng đối tượng này để họ

thấy được những tiên nghi, những ưu đãi mà họ được hưởng khi lựa chọn khách sạn Sơn Nam.

Thường xuyên tăng cường công tác lấy 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 của 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 có cùng quy mô hoạt động trên địa bàn.

Khách sạn nên đầu tư xây dựng trang web với đầy đủ thông tin và mang tính tiện lợi, thông qua đó khách ở bất kỳ ở địa phương nào cũng có thể xem thông tin về khách sạn và thuận tiện cho việc đặt phòng.

Các nhân viên luôn tiếp xúc với khách hàng bằng nụ cười thân thiện, thái độ cởi mở, phong cách chuyên nghiệp, nhanh chóng để gây ấn tượng tốt với khách hàng. Đây là một hình thức quảng cáo rất hiệu quả.

Các dịch vụ khuyến mãi, chăm sóc khách hàng rất thu hút sự chú ý của khách hàng tạo nên ưu thế cạnh tranh của khách sạn, chăm sóc khách hàng trước, trong và sau khi tiêu dùng dịch vụ đóng vai trò quyết định sự tồn tại của mình. Khách sạn cần có chính sách ưu đãi đặc biệt như tặng hoa và quà kèm theo với nhân hiệu của khách sạn nhân ngày sinh nhân hay đám cưới, ngày lễ lớn... cũng như các khách hàng lưu trú dài ngày tại khách sạn. Sự quan tâm chu đáo của khách sạn chính là sợi dây nối bền chặt giữa khách hàng và khách sạn. Điều này khiến cho khách quay trở lại khách sạn nếu có cơ hội mà không phải là khách sạn khác, đây là một chiến lược kinh doanh khá hiệu quả.

3.2.2. Nâng cao chất lượng dịch vụ

Mỗi khách sạn khi ra đời đều có một tiêu chuẩn về chất lượng dịch vụ riêng, sao cho phù hợp với điều kiện của mỗi khách sạn. Chất lượng dịch vụ tạo ra phong cách riêng của mỗi khách sạn, ấn tượng để lại cho mỗi khách hàng có tốt hay không phụ thuộc nhiều vào chất lượng dịch 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. Trong điều kiện cạnh tranh gay gắt như hiện nay, các khách sạn lớn và nhỏ đều không ngừng nâng cao chất

lượng dịch vụ để khẳng định vị trí của mình trong tâm trí khách hàng. Khách sạn Sơn Nam là khách sạn mới được cổ phần vì vậy vị thế của khách sạn còn nhiều mới mẻ, chính vì vậy mà khách sạn cần phải quan tâm hơn nữa đến vấn đề cải thiện và nâng cao chất lượng dịch 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 được chất lượng dịch vụ của mình như thế nào thì khách sạn cần quan tâm đến ý kiến của khách hàng có thể là 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 lí. Để xem xét khả năng chất lượng dịch vụ của khách sạn mình như thế nào, từ đó tìm ra những yếu điểm, những sai sót, những tồn tại, những ưu điểm những điểm mạnh cần kế thừa 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, ngành nghề, dân tộc, tôn giáo... 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.

Nâng cao đội ngũ lao động trực tiếp, gián tiếp cũng là nâng cao chất lượng dịch vụ trong khách sạn, xây dựng ý chí 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 đây:

1. Phải luôn giữ nụ cười trên môi.

2. Chú ý lắng nghe, tán thưởng khi khách nói.
3. Biết tạo dáng vẻ cử chỉ thân thiện.
4. Quan tâm tới sở thích của khách hàng.
5. Không bao giờ từ chối thẳng thừng với khách.
6. Luôn tạo cơ hội cho khách tự khẳng định mình.
7. Làm cho họ thấy được tầm quan trọng của mình.
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 dịch vụ còn được thể hiện qua trang phục của nhân viên. Nhân viên phải mặc đúng trang phục, trang phục phải chỉnh tề, sạch sẽ, trang điểm nhẹ nhàng, không nên trang điểm quá đậm sẽ gây phản cảm với người đối diện. Nhân viên cần nhớ những thói quen, sở thích của khách hàng quen thuộc, để khi họ tới 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.

3.2.3. Nâng cao nhận thức của toàn thể khách sạn về tầm quan trọng của việc nâng cao chất lượng dịch vụ phòng

Chất lượng dịch vụ khách sạn là một trong những yếu tố cực kỳ quan trọng trong công cuộc cạnh tranh trên thị trường dịch vụ khách sạn. Để thu hút các nguồn khách đến tiêu thụ các dịch vụ hàng hóa, ngày nay các khách sạn không ngừng tìm mọi biện pháp để nâng cao chất lượng dịch vụ, làm tăng sức cạnh tranh trên thị trường đồng thời nâng cao uy tín cũng như danh tiếng của doanh nghiệp mình.

Nâng cao chất lượng dịch vụ đòi hỏi sự kết hợp của tất cả các bộ phận, phòng ban trong khách sạn, thái độ chuyên nghiệp của toàn bộ nhân viên trong quá trình phục vụ. Để làm được điều đó, trước hết cần nâng cao nhận thức của toàn thể khách sạn về tầm quan trọng của chất lượng dịch vụ đối với hoạt động của doanh

nghiệp mình, phải nhận thức được chất lượng là quan trọng nhất là yếu tố sống còn của doanh nghiệp.

Để nâng cao nhận thức phải bắt đầu từ những kết quả thực tế. Từ những kết quả ấy, thông qua sự phân tích giúp cho lãnh đạo trả lời được nhiều vấn đề.

- Nguyên nhân nào dẫn tới tốc độ tăng doanh thu chậm so với các cơ sở kinh doanh khác cùng quy mô thứ hạng.
- Chất lượng dịch vụ phòng ảnh hưởng thế nào đến doanh thu.
- Quan điểm của khách hàng về chất lượng phòng thế nào.
- Mức độ hài lòng về dịch vụ của khách sạn ra sao.
- Trông đợi và những nhu cầu của khách.

3.2.4. Chú trọng sự hợp lý giữa giá cả và chất lượng phòng

Giá cả luôn đi liền với chất lượng, một hàng hoá tốt phải đồng nghĩa với việc bỏ ra một số tiền thích hợp để có được sản phẩm đó. Tuy nhiên giá cả lại có sự khác nhau giữa các khách sạn.

Giá cả của bộ phận phòng là một yếu tố quan trọng quyết định đến doanh thu của bộ phận buồng phòng và cũng là yếu tố tạo ra sự cạnh tranh của khách sạn trên thị trường. Để xác định được mức giá hợp lý nhất cho khách mà vẫn không ảnh hưởng tới mục tiêu lợi nhuận của của bộ phận buồng phòng. Các nhà quản lý thường dựa vào các yếu tố sau:

- Chi phí sản xuất: Là số tiền mà khách sạn bỏ ra để mua các vật liệu, đồ dùng và trả lương cho nhân viên, hao mòn tài sản.
- Lợi ích sản phẩm cho khách hàng: Cái mà khách hàng được hưởng khi mua sản phẩm, nó có thoả mãn nhu cầu của khách hàng không.
- Tình hình thị trường và giá cả cạnh tranh: Khách sạn cần xem xét nhu cầu về sản phẩm dịch vụ nhiều hay ít (do tính thời vụ gây ra) và các doanh nghiệp trên cùng một địa bàn hoạt động.
- Mục tiêu của khách sạn: Vào những thời điểm khác nhau mà khách sạn có những mục tiêu khác nhau, do đó mà giá cả của sản phẩm cũng phải thay đổi cho hợp lý.

Do sản phẩm của dịch vụ phòng là sản phẩm có tính dễ hư hỏng và không lưu kho cất trữ được. Cả người bán và người mua đều không thể lưu trữ dịch vụ

phòng để thoả mãn nhu cầu trong tương lai. Những sai sót hư hỏng của sản phẩm hàng hoá có thể sửa được vì người tiêu dùng chỉ tiếp xúc với hàng hóa khi nó đã hoàn thiện. Đối với sản phẩm dịch vụ khác, chỉ cần xảy ra một lỗi nhỏ trong quá trình phục vụ, cho dù có sửa chữa thì khách hàng vẫn có ấn tượng không tốt về một sản phẩm không hoàn hảo. Quá trình sản xuất và tiêu dùng dịch vụ trong khách sạn gần như trùng nhau về không gian và thời gian. Hay nói một cách khác, sản phẩm khách sạn mang tính tươi sống cao. Chính vì vậy dịch vụ không thể lưu kho, bảo quản trong kho như hàng hoá để có thể điều phối cho phù hợp với mức cầu.

Trong kinh doanh khách sạn, đối tượng phục vụ là đa dạng phong phú, đủ mọi tầng lớp, thành phần nên đòi hỏi dịch vụ phải mang tính tổng hợp cao để có thể thoả mãn yêu cầu của mọi đối tượng khách. Nhu cầu của khách hàng rất đa dạng, hành vi không nhất quán và họ luôn đòi hỏi phải được phục vụ chu đáo tận tình với riêng cá nhân họ.

Hiện nay, trên địa bàn thành phố Nam Định có rất nhiều các khách sạn mọc lên, các doanh nghiệp không chỉ cạnh tranh về chất lượng sản phẩm, chất lượng lao động... mà còn cạnh tranh về giá cả dịch vụ. Có nhiều doanh nghiệp đã chủ động hạ thấp giá thành sản phẩm để thu hút khách hàng. Như vậy đây được coi là một khó khăn lớn khi mà ở Nam Định đã có một số khách sạn đã hoạt động từ lâu và có vị trí trên thị trường cũng như đã gây được thiện chí đối với khách hàng. Vì vậy để thu hút khách nhiều hơn nữa đến khách sạn thì ngoài việc nâng cao chất lượng sản phẩm thì việc đặt ra một mức giá hợp lý không quá chênh lệch với mức giá chung thì thị trường cũng là điều đáng quan tâm của khách sạn. Và do số lượng khách không ổn định qua các thời điểm trong năm nên giá cả linh động, mềm dẻo hơn. Vào mùa vắng khách khách sạn nên có chính sách giảm giá và có các chương trình khuyến mại để thu hút khách tới khách sạn nhằm giảm mức lỗ xuống thấp nhất.

Do mới được cổ phần chưa lâu nên mục tiêu trước mắt của khách sạn là làm mọi cách để thâm nhập thị trường, do đó chính sách giá là vấn đề cần lưu ý. Giá cả sản phẩm dịch vụ phòng trong khách sạn là do ban lãnh đạo trong khách sạn đề ra. Trong đó ý kiến của trưởng bộ phận phòng đóng vai trò khá quan trọng. Khi một mức giá đưa ra phải áp dụng thử và điều chỉnh sao cho phù hợp với lợi ích của khách hàng và lợi ích của bộ phận của bộ phận kinh doanh. Giá phòng luôn

được liêm yết sẵn và được khách hàng lựa chọn phù hợp với khả năng chi trả của mình.

Khách sạn cần quan tâm đến chiến lược giá, chương trình khuyến mại vào những ngày lễ lớn. Khách sạn cần có chiến lược giảm giá để thu hút khách đến với khách sạn nhưng vẫn đảm bảo được chất lượng dịch vụ.

3.2.5. Bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn và phát triển nguồn nhân lực tại bộ phận phòng của khách sạn

a. Bồi dưỡng nâng cao trình độ chuyên môn

Trong mỗi doanh nghiệp kinh doanh khách sạn, nhân tố con người đóng vai trò đặc biệt quan trọng trong việc cung cấp dịch vụ và chính nó ảnh hưởng trực tiếp đến cảm nhận của khách hàng trong quá trình tiêu dùng của họ. Việc làm hài lòng khách đôi khi còn quan trọng hơn việc cung cấp những phòng an toàn và sạch sẽ cho khách. Muốn vậy, nhân viên trong khách sạn phải quan tâm đặc biệt đến khách, phải nhìn xa trông rộng để đoán trước được những nhu cầu của khách. Đầu tư vào con người để nâng cao chất lượng dịch vụ phòng là hoạt động đầu tư trực tiếp để hoàn thành chất lượng dịch vụ tại khách sạn.

Con người là nhân tố quan trọng trong việc hoàn thành nên sản phẩm dịch vụ của khách sạn. Chính vì thế nên khách sạn có sự phân bổ chức năng và nhiệm vụ chính đến từng bộ phận 1 cách rõ ràng. Tuy nhiên nhân viên trong khách sạn phải hiểu biết về công việc trong khách sạn để có thể trả lời bất cứ vấn đề gì mà khách hàng hỏi. Công tác điều hành được nhân viên thực hiện tương đối chặt chẽ, chính xác và theo sát chương trình. Tất cả nhân viên khách sạn từ người quản lý đến những nhân viên cung cấp những dịch vụ cụ thể cho khách. Tất cả những gì họ làm và những gì họ nói đều ảnh hưởng đến nhận thức về dịch vụ của khách sạn nói chung và chất lượng dịch vụ phòng nói riêng.

Thái độ của nhân viên là một trong những yếu tố tạo nên văn minh phục vụ muốn nâng cao văn minh phục vụ thì phải nâng cao nghiệp vụ phục vụ, thái độ của nhân viên với khách hàng, trước khi vào làm việc nhân viên của khách sạn được đào tạo rất chu đáo về nghiệp vụ cũng như thái độ phục vụ: Phải luôn mỉm cười, niềm nở với khách, không được nói to trong khách sạn..

Nhân viên trực tiếp phục vụ khách đại diện cho doanh nghiệp và ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng của khách hàng. Họ đóng vai trò như một người bán hàng, một nhân viên marketing, điều này chỉ ra rằng, trong khách sạn nhân viên hăng say với công việc, với doanh nghiệp sẽ luôn sẵn lòng làm cho khách hàng hài lòng.

Thường xuyên nâng cao nghiệp vụ cho nhân viên, thái độ phục vụ phải được tào tạo chuyên nghiệp về nghiệp vụ cũng như ngoại ngữ, có thể thuê các chuyên gia về giảng dạy để nâng cao nghiệp vụ, ngoại ngữ cho nhân viên. Luôn luôn thực hiện phương châm “ khách hàng là thượng đế “ hay “ vui lòng khách đến – yên lòng khách ở - vừa lòng khách đi” .

Khách sạn nên trích một phần doanh thu hàng năm của mình để hỗ trợ kinh phí đào tạo cho nhân viên và cần phối hợp với các trung tâm đào tạo dạy nghề và các hiệp hội du lịch tại Nam Định trong công tác tập huấn, bồi dưỡng, đào tạo về chuyên môn nghiệp vụ của mình. Trong trường hợp cần thiết khách sạn có thể sa thải những nhân viên quá yếu kém để nhằm kích thích các nhân viên khác phấn đấu hơn trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ.

Tất cả những biện pháp trên đều nhằm mục đích làm cho chất lượng con người trong khách sạn ngày càng được nâng cao hơn. Với xu hướng cạnh tranh hiện nay thì chỉ có con người mới tạo ra được sự khác biệt trong các sản phẩm dịch vụ của khách sạn.

b. Phát triển nguồn nhân lực tại bộ phận phòng của khách sạn

Mọi nỗ lực của công tác tuyển dụng nhân sự sẽ tạo cho bộ phận phòng một đội ngũ nhân sự có khả năng thích ứng với nhiệm vụ được giao. Bố trí và sử dụng nhân viên phải đảm bảo đúng người đúng việc, phù hợp với các đặc điểm kinh doanh cũng như đối tượng khách của khách sạn.

Việc phân ca làm việc phải căn cứ theo dự định của khách, trong bộ phận phòng cần cử 2 nhân viên làm vệ sinh chung và còn lại sẽ là các nhân viên làm sạch phòng, trong số những nhân viên làm sạch phòng sẽ có một nhân viên sẽ hỗ trợ 2 nhân viên làm vệ sinh chung khi một trong 2 nhân viên vệ sinh chung nghỉ phép. Việc phân chia này ngoài việc tăng tính chuyên môn hóa, nâng cao chất lượng dịch vụ phòng mà còn giảm tải cho các nhân viên làm buồng ca sáng khi cùng một lúc đảm nhiệm 2 nhiệm vụ kiểm tra phòng và dọn vệ sinh.

Ngoài việc phân ca và tuyển dụng thì vấn đề đãi ngộ nhân viên cũng góp phần quan trọng đến việc phát triển nguồn lực cho bộ phận phòng. Nếu có chính sách đãi ngộ nhân viên một cách khoa học thì sẽ kích thích được khả năng làm việc của họ, mặt khác sẽ lôi kéo được họ gắn bó với công việc và khách sạn một cách lâu dài.

Khách sạn cần chú trọng tới việc đãi ngộ về tài chính, khách sạn cần xây dựng chính sách tiền lương hợp lý trên cơ sở những cống hiến mà họ bỏ ra và quá trình tái tạo sức lao động của họ cũng như việc mất giá của đồng tiền hiện nay. Chính sách tiền lương phải linh động, không có sự cứng nhắc, có sự phân biệt về tiền lương với những người có tinh thần trách nhiệm trong công việc cũng như có sáng kiến đóng góp cho chất lượng dịch vụ của khách sạn ngày càng tốt hơn nhằm động viên khuyến khích họ làm việc tốt hơn nữa.

Bên cạnh việc đãi ngộ về tài chính thì việc quan tâm đến đời sống tinh thần của nhân viên cũng là việc hết sức cần thiết. Khách sạn cần có chế độ khen thưởng một cách thỏa đáng, trả lương theo kết quả kinh doanh, khen thưởng nhằm đánh giá đúng những cống hiến của nhân viên trong bộ phận, khuyến khích họ làm việc tốt hơn. Việc khen thưởng phải kịp thời, chính xác, nếu không sẽ gây đổ kị cho các nhân viên gây mất hòa khí trong tổ.

Khách sạn nên quan tâm tới đời sống của cán bộ công nhân viên, để thúc đẩy tinh thần làm việc của họ vào các dịp lễ tết thì nhân viên có thể được hưởng thêm một khoản tiền hay một món quà nhất định nào đó. Vào ngày mừng 8/3 khách sạn tổ chức tặng quà cho nhân viên nữ. Tổ chức bình bầu nhân viên xuất sắc hàng tháng và nhân viên này sẽ được cộng thêm tiền thưởng. Tất cả những điều này thể hiện khách sạn quan tâm đến đời sống vật chất của cán bộ công nhân viên, khuyến khích họ làm việc nhiệt tình hơn, thúc đẩy cống hiến hết mình cho khách sạn.

3.2.6. Nâng cao tính văn hoá trong kinh doanh dịch vụ phòng

Hiện nay khách sạn Sơn Nam là một trong những khách sạn đề ra phương châm và thực hiện tốt việc xây dựng văn hoá trong kinh doanh, đặc biệt là luôn chú ý đến việc nâng cao tính văn hoá trong kinh doanh dịch vụ ở tất cả các bộ phận: Lưu trú, ăn uống, dịch vụ bổ sung, nhân viên... Trong đó vấn đề nâng cao tính văn hoá trong phục vụ phòng là vấn đề được thực sự quan tâm. Bởi văn hoá trong dịch

vu phòng được thể hiện bằng việc khách hàng có quay trở lại khách sạn nữa không. Văn hoá phục vụ còn thể hiện qua hệ thống cơ sở vật chất kĩ thuật đồng bộ, đội ngũ nhân viên có tinh thần phục vụ chuyên nghiệp, lịch sự, thân thiện, yêu nghề và hết lòng vì công việc.

Bằng lợi thế về cảnh quan và mức độ trang thiết bị tiên nghi hiện đại, có nhiều loại phòng khác nhau, có mức giá khác nhau cùng với các món ăn đồ uống đa dạng về chủng loại, sản phẩm đảm bảo mang tới cho khách hàng sự thoải mái nhất là về tiên nghi, cũng như không gian của các phòng nghỉ ngơi. Mang phong cách truyền thống nhưng hiện đại, khách sạn lấy hướng đi mới thể hiện phương châm của mình, lấy sự thoả mãn tối đa của khách hàng làm tiêu chuẩn để đánh giá chất lượng phục vụ của khách sạn.

Đối với nhân viên phục vụ thì khách sạn đưa ra những tiêu chuẩn chặt chẽ về tinh thần trách nhiệm và thái độ phục vụ của từng nhân viên trong khách sạn. Các nhân viên được lựa chọn để đào tạo và phổ biến mọi quy tắc phục vụ theo chức năng mà họ đảm nhiệm ở bộ phận giặt là, dọn phòng... nhân viên trong quá trình phục vụ phải mặc đồng phục theo đúng quy định của khách sạn. Đặc biệt để nâng cao hiệu quả trong công việc thì khách sạn nên tổ chức hội thảo theo những chuyên đề như sau: văn hoá trong giao tiếp, ứng xử của nhân viên, ứng xử với khách nước ngoài. Qua đó khách sạn chứng minh được tinh thần, thái độ tôn trọng khách hàng và bản sắc văn hoá nơi đến.

Khách sạn nên thường xuyên tổ chức thăm dò, trao đổi và hỏi ý kiến khách hàng về chất lượng phòng, chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên và chất lượng trang thiết bị. Khách sạn nên tiếp nhận ý kiến của khách hàng một cách nhiệt tình và theo hướng đổi mới tích cực trong điều kiện có thể. Ngay cả bản thân giám đốc khách sạn cũng phải thường xuyên ngồi trao đổi với khách hàng về cảm nhận của họ khi tới khách sạn. Điều đó giúp cho khách sạn có cái nhìn bao quát đúng nhất về chất lượng dịch vụ của mình.

Khách sạn nên có những chính sách ưu đãi, khuyến khích khách hàng, và những đoàn khách ở lại lâu trong khách sạn nhằm kích thích họ ở lại lâu hơn và sử dụng các dịch vụ bổ sung khác để tăng doanh thu cho khách sạn. Đồng thời khách sạn cần quan tâm hơn nữa đến khách hàng bằng việc tặng hoa, tặng quà, hỏi han

tới từng khách hàng sau khi khách hàng đã lưu lại khách sạn để thể hiện sự quan tâm của mình tới đời sống tinh thần của họ. Điều này khiến cho khách hàng có thiện cảm và qua đó sẽ tăng được lượng khách đến với khách sạn mà không phải tốn nhiều công sức và chi phí cũng như công sức quảng cáo.

Một trong những yếu tố nhằm tăng sức hấp dẫn của khách sạn khi thu hút khách là hệ thống trang thiết bị, cơ sở vật chất kỹ thuật, mức độ đáp ứng nhu cầu của khách về ăn ở đối với khách là một những chỉ tiêu xếp hạng của khách sạn. Khách sạn Sơn Nam là khách sạn đạt tiêu chuẩn 3 sao có cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại mà còn hướng tới tính văn hoá trong trang trí trang thiết bị nội thất, các phòng thể hiện sự sang trọng, ấm áp, lịch sự.

Đội ngũ cán bộ quản lý của khách sạn, nhà hàng có trình độ chuyên môn cao, văn hoá quản lý và văn hoá giao tiếp khá đồng đều và hơn ai hết họ là những người đặt ra yêu cầu cao về việc thiết lập nâng cao tính văn hoá trong kinh doanh dịch vụ phòng. Ban quản lý xem văn hoá phục vụ là một trong những vũ khí cạnh tranh, sắc bén của khách sạn trong thời đại mới. Tư tưởng tiên bộ của ban quản lý khẳng định được vị thế của mình trong hoạt động kinh doanh khách sạn ở Nam Định nói riêng và ở khu vực nói chung.

3.2.7. Cải tạo và nâng cao chất lượng cơ sở vật chất dịch vụ phòng tại khách sạn.

Thường xuyên kiểm tra, bảo dưỡng các thiết bị máy, cơ sở vật chất kỹ thuật để nâng cao chất lượng và kịp thời sửa chữa là việc làm cần thiết bởi tất cả cơ sở vật chất đều có thời gian khấu hao của nó nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng và tính năng cạnh tranh cao.

Vệ sinh sạch sẽ các đồ dùng, vật dụng như giường tủ, thường xuyên cơ rửa các trang thiết bị trong nhà vệ sinh...giảm tối đa sự hư hỏng và khấu hao theo thời gian vừa tiết kiệm được chi phí sửa chữa, vừa mang đến cho khách hàng cảm giác an toàn sạch sẽ.

Các đồ dùng bằng khăn mặt, khăn tắm, chăn ga cũ, màu xỉn, bị thủng do khách để tàn thuốc rơi vào thì cần đưa xuống phòng trực buồng xem xét loại bỏ, không để chung vào đồ đạt tiêu chuẩn, các đồ dùng này cần được thay 6 tháng một lần, song thời gian 6 tháng sử dụng nếu cái nào xỉn màu, rách cần được loại bỏ và

thay thế. Các loại chăn, đệm ít thay hơn thì cần thường xuyên kiểm tra chất lượng để kịp thời thay, để từ đó cung cấp cho khách hàng những đồ dùng tiện nghi và sạch sẽ.

Các vật dụng trong phòng khách sạn như ly, gạt tàn, dép... cũng cần được chú ý và thay thế nếu những vật dụng ấy bị thay đổi màu sắc, nứt nẻ...

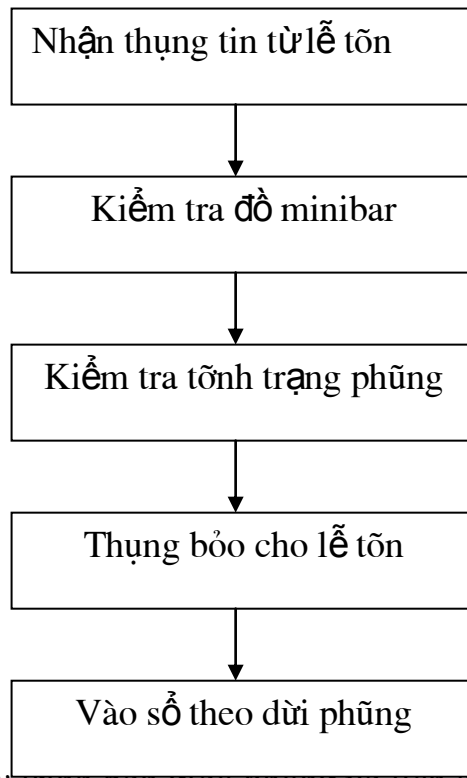
Các vật dụng trong nhà vệ sinh như lược, dầu gội, bàn chải... phải được thay thế hàng ngày để đảm bảo vệ sinh cho khách. Những vật dụng này tuy nhỏ nhưng ảnh hưởng không nhỏ tới việc đánh giá về chất lượng dịch vụ phòng trong khách sạn.

Hệ thống báo cháy nổ và chữa cháy cần được kiểm tra thường xuyên vừa đảm bảo an toàn tính mạng, tài sản của khách sạn cũng như tài sản của khách sạn.

3.2.8. Tăng cường hợp tác chặt chẽ với các bộ phận khác trong khách sạn nhằm tiến tới nâng cao chất lượng phòng

a. Hoàn thiện quy trình bàn giao phòng và tiễn khách

Quy trình bàn giao phòng và tiễn khách cần mối quan hệ mật thiết giữa bộ phận dịch vụ phòng với lễ tân đảm bảo việc trả phòng của khách thuận lợi nhất và tạo ấn tượng tốt cho khách hàng từ khi bắt đầu đến khi kết thúc quá trình lưu trú tại khách sạn.



Hình 3.1. Quy trình bàn giao phòng và tiện khách

Nhận thông tin từ lễ tân: Nhận thông tin chính xác từ lễ tân theo kế hoạch hoặc đột xuất, nhân viên trực buồng sẽ tiến hành nhận bàn giao buồng.

Kiểm tra đồ minibar: Kiểm tra đồ khách đã dùng, so sánh với đồ minibar được kê khai trong bảng tài sản có sẵn để biết chính xác được số lượng và loại hàng mà khách đã dùng.

Kiểm tra tình trạng phòng bao gồm: Toàn bộ các thiết bị và các vật dụng trong phòng trừ khăn tắm dép đi trong nhà, điều khiển ti vi, các đồ dùng bằng điện, điện tử trong phòng...xem có thiếu và hư hỏng hay không, nếu có cần xác định nguyên nhân, thông báo cho các bộ phận liên quan kịp thời giải quyết. Nếu do khách làm hỏng hoặc mất phải thông báo cho lễ tân để thu tiền bù của khách, tùy theo quy định của khách sạn, còn đối với những đồ dùng bị hỏng từ phía khách sạn thì phải kiểm kê lại và thay thế đồ dùng mới để đảm bảo các trang thiết bị trong phòng đạt tiêu chuẩn và an toàn cho khách hàng.

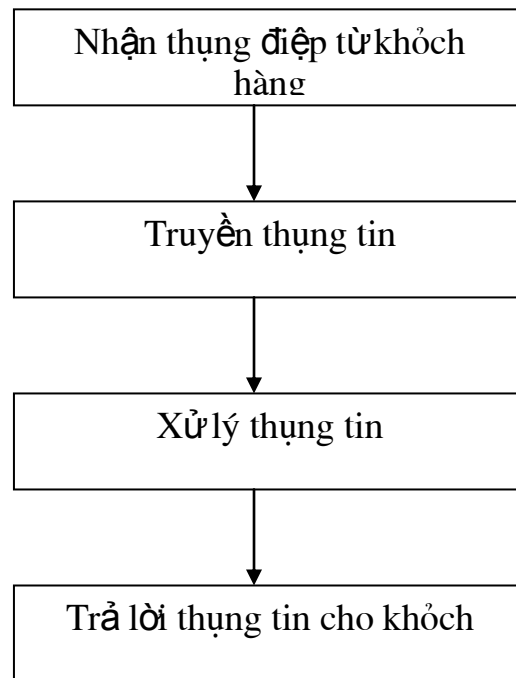
Thông báo cho lễ tân: Mọi thông tin về đồ minibar khách dùng trong ngày một cách chính xác nhất để lễ tân thanh toán với khách sau đó viết hóa đơn cho khách. Việc thông báo tình trạng phòng phải thật chính xác và kịp thời, nếu thông

báo chậm sẽ không thu được tiền của khách, thông báo không chính xác sẽ gây cảm giác khó chịu cho khách, ảnh hưởng đến đánh giá của khách về chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn.

Vào sổ theo dõi bao gồm: Sổ theo dõi khách, doanh thu minibar, sổ theo dõi đồ hư hỏng và bị mất, thông báo cho trưởng bộ phận nắm bắt thông tin về tình trạng phòng để có kế hoạch làm việc với các bộ phận liên quan kịp thời bổ sung, bảo trì và chuẩn bị để đón khách mới, đảm bảo đồ dùng trong phòng luôn trong tình trạng tốt nhất để phục vụ khách.

b. Hoàn thiện quy trình xử lý thông tin của khách hàng

Quy trình xử lý thông tin của khách hàng gồm các bước sau:



Hình 3.2. Quy trình xử lý thông tin của khách hàng

- Nhận thông tin từ khách hàng: Đây là bước đầu tiên và quan trọng nhất, bởi có thông tin của khách hàng mới có những bước tiếp theo.

Thông tin của khách hàng bao gồm: Yêu cầu về dịch vụ phòng hoặc các dịch vụ khác trong khách sạn hoặc có thể là các thông tin phản hồi, phàn nàn về các dịch vụ bổ sung hoặc dịch vụ phòng của khách sạn. Việc nhận thông tin phải đảm

bảo tính chính xác của mọi thông tin nhận được để chuyển cho các bộ phận liên quan.

- Truyền thông tin: Bộ phận nào là người nhận thông tin từ khách hàng thì phải có trách nhiệm thông báo đến trưởng bộ phận liên quan đến khách hàng đồng thời phải thông báo đến trưởng bộ phận của mình.

Việc truyền đạt thông tin phải chính xác tuyệt đối, đảm bảo cho quá trình xử lý thông tin sau này.

- Xử lý thông tin: Trước khi xử lý thông tin cần phải kiểm tra xem thông tin nhận được có chính xác hay không, phân tích thông tin và thực hiện yêu cầu của khách hàng hoặc truyền đạt lại phản nản của khách hàng cho người quản lý cấp cao hơn.

- Trả lời thông tin cho khách hàng: Nếu thông tin của khách hàng là yêu cầu về dịch vụ phòng hoặc các dịch vụ có liên quan trong khách sạn thì việc trả lời thông tin của khách chính là khâu phục vụ cho khách hàng. Nếu thông tin khách hàng là những phản nản của khách thì trước tiên phải cảm ơn khách hàng đã phản ánh, đưa ra một hứa hẹn chính xác về thời gian sẽ sửa chữa dịch vụ sai hỏng đó.

3.2.9. Hoàn thiện tiêu chuẩn dịch vụ phòng của khách sạn Sơn Nam – Nam Định

Đối với phòng ở:

- Tiêu chuẩn làm vệ sinh phòng

Cần phải xác định chính xác thời gian để làm sạch một phòng, định mức lao động cho các nhân viên. Định mức lao động bình quân là 18 buồng/ ca 8h và chỉ được biến thiên trong khoảng 5 phút để đảm bảo cho các nhân viên không làm cầu thả, chất lượng phòng được đảm bảo theo đúng tiêu chuẩn.

Phòng phải được làm sạch theo thời gian quy định: Đối với các phòng có dự định check in thì phải được làm sạch trước 12h để chuẩn bị đón khách, các phòng khách lưu thì phải được làm sạch trước 4h30 hàng ngày để có thời gian kiểm tra lại toàn bộ hệ thống phòng và trả phòng cho khách.

Tất cả các phòng phải đảm bảo không có bụi bẩn và các vết ố ở bất kỳ đâu trong phòng.

- Tiêu chuẩn về đồ dùng trong phòng

Đồ dùng trong phòng phải được đặt làm theo đúng tiêu chuẩn để đảm bảo an toàn và thuận tiện cho khách.

Bài chí trong phòng phải theo đúng tiêu chuẩn kỹ thuật bài trí phòng ngủ ví dụ như tivi phải được đặt ở giá treo ngang tầm nhìn của khách nằm xem và phải đảm bảo xa gấp 4 – 5 lần độ rộng màn hình.

Các thiết bị trong phòng khách như tivi, máy sấy tóc, điện thoại... phải được bảo dưỡng và kiểm tra hàng ngày đảm bảo an toàn và trong tình trạng sẵn sàng sử dụng.

Tuyệt đối không mở két an toàn của khách khi chưa có sự đồng ý của khách. Nếu khách quên mật khẩu và yêu cầu mở két thì phải lập biên bản và có chữ ký của khách hàng mới được mở két.

Tất cả các đồ dùng sinh hoạt hàng ngày như kem đánh răng, dầu gội đầu, bàn chải đánh răng, khăn mặt... phải được thay mới hàng ngày.

- Đối với các dịch vụ khác

Dịch vụ vui chơi giải trí trong khách sạn như: Massage, tắm jacuzzi, phòng tập... cần phải luôn hoạt động đúng giờ theo quy định của khách sạn, dịch vụ giải trí càng phong phú đa dạng thì càng đáp ứng tốt nhu cầu của khách.

Dịch vụ đổi tiền: Dịch vụ này yêu cầu nhân viên lễ tân phải làm việc trung thực, chính xác, phải có hóa đơn cho khách và 1 hóa đơn lưu.

Dịch vụ đặt vé máy bay: Phải chính xác địa điểm, ngày bay, giờ bay, đảm bảo thông tin cung cấp cho khách phải thật chính xác để không ảnh hưởng đến công việc của khách cũng như uy tín dịch vụ của khách sạn.

Dịch vụ chuyển quà, chuyển tiền: Trả lời chính xác ngay khách hàng có thể chuyển hàng đi, nếu không sẽ có những phương án đền bù thích hợp cho khách.

3.2.10. Lời cam kết của khách sạn về việc nâng cao chất lượng dịch vụ

_____ Nhận thức được tầm quan trọng về nâng cao chất lượng dịch vụ là góp phần vào sự thành công cũng như uy tín của mỗi doanh nghiệp trong kinh doanh khách sạn. Sơn Nam là khách sạn đạt tiêu chuẩn 3 sao, là một khách sạn năng động, dịch vụ văn phòng đạt tiêu chuẩn quốc tế, một chuẩn mực về các dịch vụ được nhân cách hoá tuyệt vời, một khách sạn có tiếng là luôn nâng cao trình độ cho đội ngũ nhân viên của mình.

Khách sạn Sơn Nam luôn đề cao nguyên tắc hoạt động là coi trọng xây dựng phát triển thương hiệu lớn và chỉ hỗ trợ điều hành đối với khách sạn. Khách sạn Sơn Nam luôn đảm bảo cung cấp cho khách hàng chất lượng dịch vụ tốt nhất, thoả mãn mọi nhu cầu của khách hàng. Đối với khách hàng, khách sạn luôn đảm bảo có được chất lượng dịch vụ tốt nhất xứng đáng với đồng tiền họ bỏ ra. Khách sạn luôn coi trọng đảm bảo chữ tín bằng những cam kết cụ thể “chất lượng dịch vụ là sự sống còn của doanh nghiệp” đảm bảo tính mến khách của người Việt với chuẩn mực về giao tiếp, tiện nghi tối đa và các dịch vụ nhân cách hoá nụ cười, chất lượng tuyệt vời.

Khách sạn luôn đề cao vai trò của nhân tố khách hàng vào việc nâng cao chất lượng dịch vụ:

- Khách hàng là yếu tố quan trọng nhất đối với khách sạn.
- Khách hàng không lệ thuộc vào ta, chúng ta lệ thuộc vào họ.
- Khách hàng không phải là người làm gián đoạn công việc của chúng ta.
- Khách hàng thiện ý với chúng ta khi họ gọi điện đến.
- Khách hàng là sản phẩm công việc kinh doanh của chúng ta chứ không phải là người đứng ngoài cuộc.
- Khách hàng không phải là con số thống kê lạnh lẽo.
- Khách hàng đưa ra những mong muốn của họ. Công việc của chúng ta là đáp ứng những mong muốn của họ.
- Khách hàng xứng đáng được đối xử ân cần và lịch sự nhất mà chúng ta có thể dành cho họ.
- Khách hàng là nhân tố quyết định sự thành công của khách sạn.

3.3. Một số kiến nghị nhằm tạo điều kiện nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định

Hiện nay tại Nam Định nói riêng và các thành phố lớn trên cả nước nói chung đang thiếu các khách sạn cao cấp, vào những ngày lễ lớn hoặc thành phố đang cai tổ chức các sự kiện luôn xảy ra tình trạng thiếu phòng dẫn đến cung không đủ cầu. Trong khi đó các khách sạn có quy mô nhỏ lại được cấp phép xây dựng một cách tràn lan, không theo quy hoạch, điều này làm ảnh hưởng tới sự đánh giá

chung của khách hàng về chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định. Do đó nhà nước cần đẩy mạnh hơn nữa công tác giám sát thanh tra, kiểm tra các cơ sở kinh doanh lưu trú cũng như tạo môi trường kinh doanh lành mạnh cho các doanh nghiệp để mỗi khách sạn chú trọng đến chất lượng dịch vụ phòng khách sạn nhằm đáp ứng tốt nhất nhu cầu của khách góp phần thúc đẩy ngành du lịch - khách sạn không ngừng phát triển.

Thẩm định lại thứ hạng sao của các khách sạn theo chu kỳ nhất định, khi các phòng khách sạn xuống cấp mà chưa có phương án tu sửa cần tước bỏ hoặc giảm lương sao phù hợp với chất lượng phòng cung cấp.

Công bố công khai các tiêu chuẩn đã quy định để các tổ chức, cá nhân hoạt động các cơ sở lưu trú du lịch biết và tuân thủ trong quá trình kinh doanh, làm cơ quan chức năng thực hiện việc xếp hạng, cấp giấy phép.

Nhà nước cần quan tâm hơn nữa trong việc hỗ trợ các điều kiện hoạt động trong các cơ sở, các trường đào tạo nguồn lao động làm việc trong các lĩnh vực kinh doanh lưu trú nhằm cung ứng nguồn lao động có trình độ chuyên môn nghiệp vụ đáp ứng nhu cầu của khách.

Tổng cục du lịch thường xuyên kiểm tra các đơn vị kinh doanh du lịch từ trung ương đến địa phương về việc thực hiện luật du lịch, tránh tình trạng các đơn vị trốn thuế, giảm giá thấp dẫn tới tình trạng cạnh tranh phức tạp, bất lợi cho các cơ sở kinh doanh nghiêm túc, đúng luật. Việc cạnh tranh không lành mạnh dẫn đến chất lượng dịch vụ phòng sẽ bị giảm sút.

Cần tăng cường các khoa học bồi dưỡng nghiệp vụ quản lý, nghiệp vụ kỹ thuật kinh doanh hơn nữa cho các nhà quản trị và nhân viên các khách sạn.

Để xứng đáng là khách sạn 3 sao, thì ngoài nỗ lực đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật, việc nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ phòng ở khách sạn Sơn Nam - Nam Định là rất cần thiết. Để làm được điều này đòi hỏi sự nỗ lực không ngừng của cả tập thể cán bộ công nhân viên của khách sạn, sự lãnh đạo sáng suốt của ban lãnh đạo cùng với sự quan tâm chỉ đạo của UBND thành phố Nam Định, sở du lịch và các ngành chức năng có liên quan trong việc đi sâu hơn nữa vào việc kiểm tra, kiểm soát chặt chẽ việc thực hiện nội quy, quy định của pháp luật về hoạt

động kinh doanh khách sạn và sử lý nghiêm minh việc kinh doanh trái phép, sử dụng trái phép mặt bằng.

Sở du lịch thành phố Nam Định cần tạo điều kiện giúp đỡ, hướng dẫn đầy đủ về các tiêu chí xếp hạng khách sạn để có những bước chuẩn bị tốt cho việc hoàn thiện cơ sở vật chất, nguồn nhân lực để giữ vững hạng sao mà khách sạn đã phấn đấu đạt được.

Đối với cơ quan chức năng thành phố Nam Định cần tạo điều kiện thuận lợi cho khách sạn Sơn Nam hơn nữa trong việc đảm bảo an ninh trật tự khu vực, tạo điều kiện thuận lợi trong việc khai báo tạm chú và quản lý các đối tượng khách lưu trú tại khách sạn.

TIỂU KẾT CHƯƠNG 3

Đối với ngành kinh doanh dịch vụ nói chung và ngành kinh doanh khách sạn nói riêng, để có thể tồn tại và phát triển được trong môi trường kinh doanh cạnh tranh ngày càng khốc liệt thì đòi hỏi các doanh nghiệp phải đề ra cho doanh nghiệp những mục tiêu và chiến lược riêng là phải làm thế nào để thỏa mãn tốt nhất mọi nhu cầu của khách hàng và tạo dựng được niềm tin cũng như vị trí của mình trong lòng mỗi khách hàng.

Nhận thức được tầm quan trọng đó thì khách sạn Sơn Nam - Nam Định luôn đặt vấn đề nâng cao chất lượng dịch vụ phòng nên hàng đầu, coi đó là một xu hướng tất yếu cho sự tồn tại của mình.

Trên cơ sở mục tiêu và phương hướng phát triển của khách sạn, chương 3 của khóa luận em đã đưa ra một số kiến nghị và giải pháp, với hy vọng sẽ giúp một phần nhỏ của mình giúp khách sạn tìm ra những giải pháp thiết thực nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định, tạo điều kiện nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ phòng cung cấp cho khách hàng, từ đó đảm bảo được hiệu quả kinh doanh của khách sạn.

KẾT LUẬN

Trong kinh doanh khách sạn, chất lượng dịch vụ là một trong những thước đo rất quan trọng phản ánh sức cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường. Một doanh nghiệp khách sạn muốn thu hút khách với số lượng lớn, muốn tăng hiệu quả kinh doanh và nâng cao uy tín của mình trên thị trường thì phải là doanh nghiệp có khả năng đảm bảo và cung cấp cho khách hàng các dịch vụ với chất lượng tốt nhất. Chính vì vậy, việc nâng cao chất lượng dịch vụ là một yêu cầu cấp bách ảnh hưởng tới sự thành công hay thất bại của một doanh nghiệp kinh doanh khách sạn.

Để tìm ra một hướng đi, một giải pháp hữu hiệu giúp doanh nghiệp đứng vững trên thị trường kinh doanh dịch vụ khách sạn thì việc nâng cao chất lượng dịch vụ phòng được khách sạn Sơn Nam rất quan tâm, bởi nó là vũ khí sắc bén và điều kiện quan trọng giúp khách sạn đứng vững và khẳng định được vị thế của mình trên thị trường.

Việc nghiên cứu đề tài: Thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định, không chỉ có ý nghĩa lý luận mà còn có ý nghĩa thực tiễn. Trên cơ sở tìm hiểu, phân tích và đánh giá những ưu điểm và nhược điểm của khách sạn nhằm tìm ra những nguyên nhân của thực trạng này từ đó đưa ra một số giải pháp nhằm duy trì, phát huy những ưu điểm, khắc phục những nhược điểm còn tồn tại, củng cố vị thế của khách sạn, mở rộng thị trường phục vụ cho mục đích nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định.

Khóa luận đã tập trung giải quyết các vấn đề sau:

- Hệ thống hóa các lý luận cơ bản về nâng cao chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn.
- Dựa trên nền tảng lý luận tiến hành phân tích, đánh giá thực trạng về chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định
- Đề xuất một số giải pháp, kiến nghị với khách sạn và các cơ quan có liên quan nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Sơn Nam - Nam Định.

Khóa luận của em dựa trên cơ sở những kiến thức đã học tại trường và các tài liệu thu thập được từ sách báo, mạng internet và những quan sát thực tế trong quá trình thực tập tại khách sạn Sơn Nam – Nam Định. Với kiến thức và kinh nghiệm thực tế còn hạn chế, em rất mong nhận được sự đóng góp của các thầy cô giáo và các bạn sinh viên để khóa luận của em được hoàn chỉnh hơn.

Cuối cùng, em xin chân thành cảm ơn cô giáo ths. Đào Thị Thanh Mai và các thầy cô giáo trong khoa Văn hóa - Du lịch trường Đại Học Dân Lập Hải Phòng, tập thể cán bộ công nhân viên trong khách sạn Sơn Nam-Nam Định đã hướng dẫn và tạo điều kiện để em hoàn thành khóa luận tốt nghiệp của mình.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. T.S Phạm Xuân Hậu (2001) “ Quản trị chất lượng dịch vụ khách sạn – du lịch”, Nxb Đại Học Quốc gia Hà Nội.
2. Lục Bội Minh (1998) “Quản lý khách sạn hiện đại” Nxb Quốc gia viện nghiên cứu phát triển du lịch.
3. Th.S. Nguyễn Thị Tú (2000) “ Giáo trình nghiệp vụ phục vụ khách sạn” Nxb Thống kê.
4. Nguyễn Trọng Đăng, Nguyễn Doãn Thị Liễu, Vũ Đức Minh, Trần Thị Phùng (2003) “ Quản trị kinh doanh nghiệp khách sạn – Du lịch” Nxb Thống kê.
5. Một số tài liệu khác
 - Tạp chí Vietnam Today tháng 3 năm 2010
 - Tạp chí du lịch tháng 2 năm 2010
 - Website của tổng cục du lịch
 - Một số khóa luận tốt nghiệp khoa Văn hóa du lịch – Trường Đại học Dân lập Hải Phòng
 - Nguồn số liệu khách sạn Sơn Nam – Nam Định

Một số hình ảnh về khách sạn Sơn Nam – Nam Định



Khuôn viên khách sạn Khách sạn Sơn Nam – Nam Định



Phía sau khách sạn Sơn Nam – Nam Định



Khu vực lễ tân



Phòng Standard

Phòng Superior



Phòng Deluxe

Khách sạn Sơn Nam – Nam Định

Quý khách kính mến!

Chúng tôi rất cảm ơn Quý khách đã tin tưởng và lựa chọn Khách sạn Sơn Nam – Nam Định. Chúng tôi hi vọng rằng dịch vụ phòng của khách sạn sẽ đáp ứng sự trông đợi của Quý khách.

Để không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ phòng khách sạn nhằm đáp ứng hơn nữa nhu cầu ngày càng tăng của Quý khách, xin Quý khách dành cho chúng tôi chút ít thời gian để đánh dấu (x) vào bảng câu hỏi này.

Những ý kiến đóng góp của Quý khách chắc chắn sẽ giúp đỡ rất nhiều cho chúng tôi trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn.

Chúng tôi rất hy vọng được đón tiếp Quý khách trong một ngày gần đây!

BẢNG CÂU HỎI

Chất lượng	Tốt	Khá	Trung bình	Kém	Rất kém
Chỉ tiêu					
Phòng ở					
Điện thoại					
Internet					
Giặt là					
Tiện nghi					
Ăn uống tại phòng					
Mini bar					
Sự sạch sẽ					
Cảm giác chung					

Xin Quý khách vui lòng cho biết:

Họ và tên:

Địa chỉ:

Thời gian lưu trú: Từ.....đến.....

Xin chân thành cảm ơn Quý khách!

