BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO

TRƯỜNG ĐẠI HỌC DÂN LẬP HẢI PHÒNG

ISO 9001-2008

NGUYỄN THỊ HỢP

LUẬN VĂN THẠC SĨ

CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH

Hải Phòng - 2017

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

NGUYỄN THỊ HỢP

MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TẠI KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG – HẢI PHÒNG

LUẬN VĂN THẠC SĨ
NGÀNH QUẢN TRỊ KINH DOANH
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH
MÃ SỐ: 60 34 01 02

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

PGS.TS. Đan Đức Hiệp

LỜI CAM KẾT

Tôi xin cam kết những nội dung trong luận văn *"Một số biện pháp nâng cao chất lượng phục vụ tại khách sạn Nam Cường – Hải Phòng"* là công trình nghiên cứu khoa học nghiêm túc, độc lập của tác giả.

Các số liệu, thông tin cung cấp trong luận văn là thực, có nguồn gốc trích dẫn rõ ràng.

Hải Phòng, tháng 12 năm 2016

Tác giả luận văn

Nguyễn Thị Hợp

LỜI CẢM ƠN

Sau thời gian nghiên cứu, thu thập các số liệu liên quan kết hợp với việc vận dụng các kiến thức đã được học từ Trường Đại học Dân lập Hải Phòng, tôi đã hoàn thành luận văn tốt nghiệp.

Trước tiên, tác giả xin được đặc biệt cảm ơn PGS.TS Đan Đức Hiệp, người đã tận tình hướng dẫn chỉ bảo tôi trong suốt quá trình từ bước lựa chọn tên đề tài, viết đề cương, soạn bản thảo tới việc hoàn thành luận văn tốt nghiệp.

Đồng thời, tác giả xin chân thành cảm ơn các thầy cô giáo trong khoa Quản trị kinh doanh trường Đại học Dân lập Hải Phòng, những người đã trang bị cho tôi các kiến thức chuyên ngành phong phú, bổ ích để tôi có thể áp dụng vào thực tế cũng như phân tích đề tài.

Cũng qua đây, tác giả xin gửi lời cảm ơn sâu sắc tới Ban giám đốc cùng tập thể nhân viên trong khách sạn Nam Cường – Hải Phòng đã nhiệt tình giúp đỡ tôi trong thời gian tìm hiểu về hoạt động kinh doanh và chất lượng phục vụ của khách sạn./.

MỤC LỤC

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT 4
DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ, BẢNG BIỂU, BIỂU ĐỒ 5
PHẦN MỞ ĐẦU 6
1. Tính cấp thiết của đề tài 6
2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu của đề tài 7
3. Đối tượng nghiên cứu 7
4. Phạm vi nghiên cứu 7
5. Phương pháp nghiên cứu 7
6. Kết cấu của luận văn 7
CHƯƠNG 1 9
MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CHUNG VỀ CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ 9
VÀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TRONG KHÁCH SẠN 9
1.1. PHỤC VỤ VÀ CÁC YẾU TỐ THAM GIA PHỤC VỤ TRONG KHÁCH SẠN 9
1.1.1. Khái niệm phục vụ và chất lượng phục vụ 9
1.1.2. Đặc điểm của công việc phục vụ khách sạn 11
1.1.3. Một số yêu cầu phục vụ trong khách sạn 12
1.2. VAI TRÒ CỦA PHỤC VỤ VÀ CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TRONG KHÁCH SẠN 15
1.2.1. Về mặt kinh tế 15
1.2.2. Về mặt xã hội 17
1.3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TRONG KHÁCH SẠN 17
1.3.1. Cơ cấu sản phẩm dịch vụ và sự phục vụ 17
1.3.2. Trang thiết bị, cơ sở vật chất 18
1.3.3. Yếu tố con người 18
1.3.4. Sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật 18
1.3.5. Các quy luật kinh tế và chính sách của nhà nước 18
1.3.6. Điều kiện vệ sinh 18

1.4. CÁC TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TRONG KHÁCH SẠN 19
1.4.1. Tiêu chí đánh giá số lượng, chủng loại các loại dịch vụ hàng hóa cung cấp cho khách 19
1.4.2. Tiêu chí đánh giá đội ngũ nhân viên phục vụ 19
1.4.3. Tiêu chí về bảo quản và duy trì cơ sở vật chất kỹ thuật, các trang thiết bị phục vụ kinh doanh cũng như giữ gìn vệ sinh môi trường, cảnh quan 20
1.4.4. Tiêu chí về phục vụ lưu trú 20
1.4.5. Tiêu chí về phục vụ ăn uống 21
1.4.6. Tiêu chí về phục vụ các dịch vụ bổ sung 21
CHƯƠNG 2 22
THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ 22
TẠI KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG – HẢI PHÒNG GIAI ĐOẠN 2013-2015 22
2.1. Giới thiệu chung về khách sạn 22
2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển khách sạn 22
2.1.2. Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý của khách sạn 24
Nhân viên bộ phận nhân sự 25
Lái xe 25
Nhân viên bộ phận nhân sự 25
Lái xe 25
2.2. TÌNH HÌNH KINH DOANH CỦA KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG – HẢI PHÒNG GIAI ĐOẠN 2013 – 2015 28
2.2.1. Tình hình khách của khách sạn 28
2.2.2. Đặc điểm nguồn khách của khách sạn 30
2.2.3. Cơ cấu doanh thu của từng bộ phận qua các năm 36
2.2.4. Tình hình lợi nhuận của khách sạn 39
2.3. THỰC TRẠNG VỀ CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TẠI KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG HẢI PHÒNG 40
2.3.1. Thực trạng về cơ sở vật chất của khách sạn 40
2.3.2. Thực trạng về đội ngũ nhân viên (lao động) 46
2.3.3. Quy trình phục vụ tại khách sạn 50

2.4. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TẠI KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG – HẢI PHÒNG 59
CHƯƠNG 3 64
MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ 64
TẠI KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG – HẢI PHÒNG GIAI ĐOẠN 2017 – 2020 64
3.1. CHIẾN LƯỢC KINH DOANH CỦA KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG GIAI ĐOẠN 2017 - 2020 64
3.1.1. Môi trường và điều kiện kinh doanh của khách sạn 64
3.1.2. Chiến lược kinh doanh của khách sạn Nam Cường 67
3.3. MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TẠI KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG – HẢI PHÒNG 2017 - 2020 71
3.3.1. Nhóm các biện pháp với khách sạn Nam Cường – Hải Phòng 71
3.3.1.1. Đào tạo nhân viên 71
3.3.1.2. Phát triển đội ngũ nhân viên 73
3.3.1.4. Xây dựng, duy trì và hoàn thiện bộ tiêu chuẩn phục vụ 76
3.3.1.5. Đa dạng hóa các dịch vụ bổ sung trong quá trình phục vụ khách 76
3.3.1.6. Tăng cường mối quan hệ với các công ty/hãng lữ hành 77
3.3.2. Các biện pháp hỗ trợ khác 78
3.3.2.1. Giá cả 78
3.3.2.2. Quảng cáo 78
3.3.2.3. Lắng nghe và giải quyết kịp thời những phàn nàn của khách 79
3.3.2.4. Thăm dò mức độ hài lòng của khách hàng 81
KẾT LUẬN 83
TÀI LIỆU THAM KHẢO 85
PHỤ LỤC 1 87
PHỤ LỤC 2 88
PHỤ LỤC 3 91
PHỤ LỤC 4 92
PHỤ LỤC 5 95
PHỤ LỤC 6 96
PHỤ LỤC 7 100

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

Chữ viết tắt	Giải thích
SL	Số lượng
TT	Tỷ trọng
LN	Lợi nhuận
DT	Doanh thu
TNDN	Thu nhập doanh nghiệp
TT	Thứ tự
TPP	Hiệp định đối tác kinh tế xuyên Thái Bình Dương (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement)
WTO	Tổ chức thương mại thế giới (World Trade Organization)
GDP	Tổng sản phẩm quốc nội (Gross Domestic Products)
UNESCO	Tổ chức Giáo dục, Khoa học và Văn hóa của Liên hiệp quốc (United Nations Educational Scientific and Cultural Organization)

DANH MỤC CÁC SƠ ĐỒ, BẢNG BIỂU, BIỂU ĐỒ

Số hiệu	Tên sơ đồ, bảng biểu, biểu đồ	Trang
Sơ đồ 1	Cơ cấu tổ chức khách sạn Nam Cường – Hải Phòng	25
Bảng 1	Tình hình đ=/85ón khách của khách sạn các năm 2013-2015	29
Bảng 2	Cơ cấu khách theo mục đích du lịch	31
Bảng 3	Cơ cấu khách theo hình thức chuyến đi	33
Bảng 4	Chỉ số thời vụ của nguồn khách đến khách sạn qua các tháng	35
Bảng 5	Doanh thu các bộ phận qua các năm 2013 -2015	37
Bảng 6	Lợi nhuận của khách sạn qua các năm 2013 – 2015	39
Bảng 7	Trang thiết bị, dụng cụ tại khu vực tiền sảnh	41
Bảng 8	Trang thiết bị, dụng cụ tại khu vực lưu trú	42
Bảng 9	Trang thiết bị, dụng cụ tại khu vực nhà hàng	44
Bảng 10	Trang thiết bị, dụng cụ tại khu vực dịch vụ bổ sung	46
Bảng 11	Giới tính, độ tuổi đội ngũ nhân viên của khách sạn	47
Bảng 12	Trình độ đội ngũ nhân viên khách sạn	49
Bảng 13	Tổng hợp ý kiến đánh giá của khách hàng tháng 10 năm 2016	60
Biểu đồ 1	Cơ cấu khách theo mục đích du lịch	31
Biểu đồ 2	Cơ cấu khách theo hình thức chuyến đi	33
Biểu đồ 3	Chỉ số thời vụ của nguồn khách đến khách sạn qua các tháng	35
Biểu đồ 4	Doanh thu các bộ phận qua các năm 2013 -2015	37

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Trong lịch sử nhân loại du lịch đã được ghi nhận như là một sở thích, một hoạt động nghỉ ngơi tích cực của con người. Ngày nay, du lịch đã trở thành một trong những nhu cầu không thể thiếu trong đời sống văn hoá, xã hội. Về mặt kinh tế, du lịch đã trở thành một trong những ngành kinh tế quan trọng của nhiều quốc gia. Mạng lưới du lịch đã được thiết lập ở hầu hết các quốc gia trên thế giới, các lợi ích kinh tế mang lại từ du lịch là điều không thể phủ nhận, thông qua việc tiêu dùng của khách đối với sản phẩm du lịch. Nhu cầu của khách ngoài việc thoả mãn các sản phẩm thông thường còn có nhu cầu đặc biệt như: nâng cao kiến thức, chữa bệnh, nghỉ dưỡng,…

Việc phát triển du lịch sẽ kéo theo sự phát triển của các ngành kinh tế khác, vì sản phẩm du lịch mang tính liên ngành có quan hệ đến nhiều lĩnh vực khác trong nền kinh tế. Một lợi ích khác mà ngành du lịch đem lại là vấn đề giải quyết việc làm, giải quyết các vấn đề xã hội và tạo ra nguồn thu nhập cho người lao động.

Trong những năm gần đây, du lịch là một trong những ngành đang phát triển mạnh mẽ ở Việt Nam. Đặc biệt kinh doanh khách sạn mang một ý nghĩa to lớn đối với nền kinh tế của quốc gia. Đảng và Nhà nước ta đã không ngừng quan tâm đến sự phát triển ngành khách sạn trong định hướng phát triển tổng thể của ngành du lịch. Hệ thống các khách sạn, khu nghỉ dưỡng ở tất cả các địa phương trên cả nước phát triển mạnh mẽ cả về số lượng và chất lượng nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng. Để tồn tại và phát triển các doanh nghiệp kinh doanh khách sạn không chỉ tạo cho mình lợi thế về cơ sở vật chất kỹ thuật mà còn phải tạo ra một nét độc đáo riêng trong chất lượng phục vụ.

Nhận thức được tầm quan trọng của việc nâng cao chất lượng phục vụ trong kinh doanh khách sạn hiện nay cũng như từ thực trạng chất lượng phục vụ tại khách sạn Nam Cường – Hải Phòng, cùng với sự hướng dẫn của PGS.TS Đan Đức Hiệp tôi đã chọn đề tài cho luận văn của mình là: ***"Một số biện pháp nhằm nâng cao chất lượng phục vụ tại khách sạn Nam Cường – Hải Phòng"*** với mong muốn

đóng góp một phần nhỏ vào việc cải tiến, hoàn thiện chất lượng phục 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 của đề tài

- Mục đích nghiên cứu: Hệ thống hoá cơ sở lý luận về chất lượng phục vụ, đánh giá thực trạng chất lượng phục vụ để đưa ra biện pháp nhằm giữ vững và nâng cao chất lượng phục vụ tại khách sạn Nam Cường – Hải Phòng

- Nhiệm vụ nghiên cứu:

Từ nhiệm vụ nêu trên, nhiệm vụ của luận văn bao gồm:

+ Hệ thống hoá những vấn đề lý luận cơ bản về chất lượng phục vụ và nâng cao chất lượng phục vụ của khách sạn

+ Phân tích và đánh giá thực trạng chất lượng phục vụ nhằm tìm ra những mặt tồn tại và nguyên nhân của những hạn chế, là cơ sở để đưa ra các biện pháp nhằm nâng cao chất lượng phục vụ tại khách sạn

+ Đề xuất một số biện pháp chủ yếu nhằm nâng cao chất lượng phục vụ tại khách sạn Nam Cường – Hải Phòng giai đoạn 2017 - 2020

3. Đối tượng nghiên cứu

Trong luận văn tập trung nghiên cứu các tài liệu liên quan đến chất lượng phục vụ và thực trạng chất lượng phục vụ tại khách sạn Nam Cường – Hải Phòng

4. Phạm vi nghiên cứu

- Thời gian: nghiên cứu tình hình và thu thập số liệu từ năm 2013 – 2015

- Không gian: Khách sạn Nam Cường - Hải Phòng

5. Phương pháp nghiên cứu

Căn cứ vào mục đích và đối tượng nghiên cứu đã xác định, luận văn sử dụng phương pháp nghiên cứu chủ yếu là điều tra cơ bản, điều tra xã hội học và phân tích - tổng hợp dựa trên kết quả thu thập được từ nhiều nguồn tài liệu khác nhau. Ngoài ra, còn áp dụng một số phương pháp nghiên cứu khác như hệ thống, thống kê, phân tích, tổng kết thực tiễn, tham vấn ý kiến chuyên gia,...

6. Kết cấu của luận văn

Ngoài phần mở đầu, kết luận và phụ lục, luận văn kết cấu gồm:

- Chương 1: Một số vấn đề lý luận chung về chất lượng phục vụ và nâng cao chất lượng phục vụ trong khách sạn

- Chương 2: Thực trạng chất lượng phục vụ tại khách sạn Nam Cường – Hải Phòng giai đoạn 2013 - 2015

- Chương 3: Một số biện pháp nâng cao chất lượng phục vụ tại khách sạn Nam Cường – Hải Phòng giai đoạn 2017 - 2020

CHƯƠNG 1
MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CHUNG VỀ CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ VÀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TRONG KHÁCH SẠN

1.1. PHỤC VỤ VÀ CÁC YẾU TỐ THAM GIA PHỤC VỤ TRONG KHÁCH SẠN

1.1.1. Khái niệm phục vụ và chất lượng phục vụ

Có nhiều cách hiểu khác nhau về phục vụ. Đó là:

Phục vụ là công việc thuộc trách nhiệm của mình đối với cá nhân, tập thể.

Phục vụ là trách nhiệm của mình đối với ai đó.

Phục vụ là một sông việc nghiêm túc thuộc về bản thân người được phân công nhiệm vụ, khi ta xác định được nó là nghiêm túc chứng tỏ ta sẽ làm hết khả năng của mình nhằm đem lại cho khách hàng được sự thoải mái và hài lòng.

Từ các khái niệm trên có thể nói: *"Phục vụ là các hoạt động của nhà cung cấp nhằm đáp ứng một số nhu cầu nào đó của người tiêu dùng"*.

Vậy chất lượng phục vụ là gì?

Chất lượng là một vấn đề rất khó xác định bởi nó rất trừu tượng, phụ thuộc vào nhiều yếu tố. Chất lượng nói chung đó là sự phù hợp với nhu cầu. Nói đến chất lượng của một sản phẩm hay một dịch vụ nào đó tức là nói đến mức độ phù hợp nhất định với những yêu cầu đặt ra cho nó, mà những yêu cầu này không chỉ đánh giá trên những tiêu chuẩn định mức bằng số lượng mà còn phải đánh giá nó qua một quá trình thực tế sử dụng. Đứng trên các giác độ khác nhau sẽ có cách hiểu và tiếp cận khác nhau về chất lượng. [17, tr.7]

Chất lượng phục vụ còn được hiểu là mức độ quan tâm, thái độ cư xử ân cần, niềm nở của người phục vụ đối với người được phục vụ.

Chất lượng phục vụ là mức phục vụ mà một khách sạn lựa chọn nhằm thỏa mãn khách hàng chiến lược của mình.

Chất lượng phục vụ phụ thuộc vào các yếu tố:

- Số lượng, chủng loại mặt hàng sản phẩm mà khách sạn đưa ra phục vụ khách
- Do khách hàng ngày càng đòi hỏi chất lượng dịch vụ cao cho nên khách sạn

khi phục vụ thì cần phải lựa chọn những sản phẩm của những nhà cung cấp có uy tín về chất lượng trên thị trường. Sự đa dạng và phong phú của các yếu tố này góp phần tạo nên chất lượng dịch vụ hoàn hảo. Đây là nhân tố tác động đến chất lượng phục vụ của khách sạn bởi nhu cầu và mong muốn của khách là rất phong phú và đa dạng, họ đòi hỏi tiêu dùng nhiều dịch vụ trong khoảng thời gian tương đối ngắn, điều này phụ thuộc rất lớn vào tiềm lực của mỗi khách sạn. Chính vì vậy, đòi hỏi mỗi khách sạn phải tìm ra và lựa chọn cho mình một đối tượng khách hàng mục tiêu để phục vụ, đồng thời phải chú ý tới đa dạng hóa sản phẩm hàng hóa và dịch vụ của khách sạn.

- Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật gồm: nhà cửa, hệ thống trang thiết bị, dụng cụ tiện nghi, phương tiện vận chuyển,…khách sạn hiện có

- Tuy nhiên, trang thiết bị tiện nghi hiện đại chưa đủ mà cần chú ý đến tính đồng bộ của chúng, sự bài trí nội thất hài hòa, hấp dẫn,… đây là yếu tố nền tảng cho việc tạo ra chất lượng phục vụ cao

- Một hệ thống cơ sở vật chất như thế nào mới đảm bảo được chất lượng phục vụ của khách sạn đó, nó phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố nhưng yếu tố xuất phát từ chính bản thân chất lượng của hệ thống trang thiết bị tiện nghi là quan trọng nhất. Yếu tố này mang tính chủ quan mà mỗi khách sạn đều gặp phải trong việc nâng cao và hoàn thiện chất lượng phục vụ của khách.

- Phương thức phục vụ: Ngoài hai yếu tố trên còn có yếu tố không kém phần quan trọng đó là sức lao động (chất lượng lao động), số lượng, cơ cấu cán bộ công nhân viên trong khách sạn, trình độ nghiệp vụ, phương thức quản lý, tổ chức hoạt động,… Đó là các điều kiện cần thiết để tạo nên một phương thức phục vụ. Đối với chất lượng phục vụ khách sạn nhân tố này đóng vai trò quyết định. Bởi vì trong quá trình tiêu dùng mức độ thỏa mãn các nhu cầu vật chất và phi vật chất của khách được xác định không chỉ bởi số lượng các dịch vụ mà còn do phương thức phục vụ chúng. Mặt khác, trong khách sạn phần lớn các dịch vụ là sản phẩm của lao động trực tiếp con người cho nên chất lượng phục vụ khách sạn phụ thuộc vào kinh nghiệm, tay nghề, ý thức, khuynh hướng,… của người phục vụ hay nói cách khác là

mức độ thích hợp của người phục vụ cho một công việc cụ thể. [17, tr.9-10]

1.1.2. Đặc điểm của công việc phục vụ khách sạn

Khách sạn là một trong những công trình kiến trúc kiên cố, có nhiều tầng, nhiều phòng được trang bị các thiết bị, đồ đạc tiện nghi, dụng cụ chuyên dùng nhằm mục đích kinh doanh các dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống và các dịch vụ bổ sung đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng và thu lợi nhuận. Chính vì vậy, công việc phục vụ trong khách sạn cũng tương đối khác biệt.

a. Thời gian và cường độ lao động

Khác với các ngành sản xuất và kinh doanh khác, lực lượng lao động sống trong khách sạn và chịu tác động mạnh mẽ của tính thời vụ trong kinh doanh khách sạn cho nên lực lượng lao động thường xuyên thay đổi khoảng 25% và có một số lượng lớn làm theo hợp đồng. Trong khách sạn, dịch vụ lưu trú diễn ra 24/24 giờ và liên tục 365 ngày một năm, các dịch vụ khác của khách sạn chỉ hoạt động từ 18 – 19 giờ một ngày. Để đáp ứng được yêu cầu phục vụ khách 24/24 giờ, thời gian làm việc của nhân viên các bộ phận nghiệp vụ trong khách sạn phải chia ra theo từng ca cho phù hợp.

Khách sạn là nơi lưu trú của nhiều đối tượng khách, khách đến khách sạn nghỉ không theo thời gian nhất định, càng những ngày lễ, ngày tết số lượng khách đến khách sạn càng đông. Để phục vụ khách đến nghỉ ngơi tại khách sạn một cách chu đáo các bộ phận phải tổ chức lao động, điều hành nhân công, sắp xếp lịch làm việc để phục vụ khách một cách khoa học, chu đáo, 24/24 giờ. Việc phân công công việc thường được chia làm 3 ca.

b. Môi trường làm việc

Có thể nói khách sạn là môi trường làm việc tuyệt vời vì đây là môi trường chuyên nghiệp, không độc hại. Mỗi cá nhân làm việc trong khách sạn đều gắn kết với nhau để hoàn thành nhiệm vụ phục vụ khách hàng.

c. Tính chất công việc

Đặc điểm lao động của nghề phục vụ trong khách sạn là vừa mang tính chất lao động chân tay, vừa mang tính chất lao động trí óc.

Lao động của người phục vụ trong khách sạn chủ yếu là lao động kỹ thuật qua các thao tác và kỹ thuật phục vụ khách. Nhưng nếu thế chưa đủ bởi đối tượng phục vụ là một thực thể sống, đó là con người có đánh giá, có suy nghĩ, có cá tính, tình cảm tâm lý riêng. Hơn thế, sản phẩm dịch vụ trong khách sạn được bán ra và tiêu thụ tại chỗ đồng thời với quá trình phục vụ, cho nên quá trình phục vụ chính là quá trình giao tiếp giữa du khách *(người mua sản phẩm dịch vụ - khách hàng)* với người bán *(nhân viên phục vụ)*. Giao tiếp là đỉnh cao của nghệ thuật phục vụ.

1.1.3. Một số yêu cầu phục vụ trong khách sạn

Công việc phục vụ trong khách sạn kết hợp cả lao động chân tay và lao động trí óc, do vậy, mỗi nhân viên phục vụ trong khách sạn cần đảm bảo một số yêu cầu:

a. Sức khỏe

Sức khỏe là tài sản quý giá nhất, không có gì có thể so sánh được! "Nếu bạn có sức khỏe bạn sẽ có hàng ngàn mong muốn, khi không có sức khỏe thì bạn chỉ có một mong muốn duy nhất: Đó là sức khỏe". Sức khỏe là trạng thái thoải mái toàn diện về thể chất, tinh thần và xã hội và không phải chỉ bao gồm có tình trạng không có bệnh hay thương tật *(theo Tổ chức Y tế thế giới)*

Người phục vụ trong khách sạn phải là người có sức khoẻ tốt, không mắc các bệnh truyền nhiễm, đủ sức chịu đựng ở tư thế đứng, đi kéo dài, có thể làm thêm giờ nếu cần thiết. Nước da khoẻ mạnh và sáng: để có nước da sáng cần phải luyện tập, ăn ngủ và tập thể dục đều đặn, ngoài ra còn phải ăn nhiều rau, hoa quả, uống nhiều nước. Phải tham gia khám sức khoẻ định kỳ theo quy định của khách sạn để tránh các bệnh lây lan truyền nhiễm.

b. Ngoại dáng, trang phục

Người phục vụ ăn uống nói riêng và người làm việc trong ngành Du lịch nói chung là những người thường xuyên tiếp xúc với khách hàng.

- Ngoại hình cân đối, không có dị tật, không nói ngọng, nói lắp.

- Hình thức người phục vụ cần ưa nhìn, tươi tắn, nhanh nhẹn, lịch sự.

- Đối với nữ tránh trang điểm quá nhiều, nên tạo cho mình một vẻ đẹp tự nhiên. Trang sức được mang tối thiểu là nhẫn cưới, đồng hồ, vòng cổ, khuyên tai

- Đối với nam không tạo cho mình hình thức quá khác biệt như đeo khuyên tai, tạo mầu của tóc, để râu ria,…

- Không đeo vòng tay, vòng chân, các vật sắc và dây đeo lỏng.

Trang phục của từng người trong đội ngũ phục vụ chỉ định rõ chức danh nghề nghiệp của người mặc nó. Dáng vẻ con người trong bộ đồng phục để lại những ấn tượng sâu sắc khác nhau cho khách hàng. Bộ trang phục sạch sẽ và phẳng nếp sẽ tạo cho nhà hàng hình ảnh ngăn nắp, ngược lại nếu để nhàu nát, có mùi hôi sẽ không tạo cho khách ấn tượng tốt đẹp vì bộ trang phục đã phản ánh hình ảnh của toàn bộ hoạt động của khách sạn. Trang phục cần may đo vừa vặn, chật quá sẽ hạn chế cử động đi lại

Đôi giầy chiếm một phần quan trọng cho dáng vẻ bề ngoài nên phải luôn sạch bóng, gót không được quá cao để đảm bảo an toàn lao động.

c. Trình độ chuyên môn

Người phục vụ trong khách sạn phải là người am hiểu các phương thức, quy trình và tiêu chuẩn phục vụ. Phải có kiến thức tổng quát về các loại sản phẩm, dịch vụ của khách sạn; giá cả của từng loại sản phẩm, dịch vụ; đặc điểm tâm lý, sở thích của khách để đáp ứng nhu cầu của khách một cách tốt nhất.

Ân cần, chu đáo, luôn quan tâm tới khách hàng, phải quan sát mọi hành vi cử chỉ của khách và đoán trước nhu cầu gì sẽ phát sinh, tuyệt đối không được bỏ vị trí trong giờ làm việc. Phục vụ nhanh, sạch, đúng tiêu chuẩn, tạo điều kiện cho khách không phải chờ đợi lâu. Luôn học tập, phấn đấu rèn luyện, tham dự các khoá học để nâng cao trình độ nghiệp vụ và những hiểu biết xã hội.

Trong quá trình phục vụ khách hàng phải có trí nhớ tốt, có thể nhớ tên, nhớ mặt khách hàng. Khi tiếp xúc với khách hàng phải lịch sự, nhẹ nhàng, diễn đạt dễ hiểu, sử dụng ít nhất một ngoại ngữ.

d. Tư cách đạo đức

Người phục vụ ăn uống luôn phải rèn luyện cho mình tính thật thà, lương thiện và có tính tự trọng.

- Đối với việc sử dụng thiết bị, dụng cụ trong khách sạn, không tự ý lấy hoặc

mượn dụng cụ của khách sạn cho mục đích cá nhân.

- Đối với việc thanh toán tiền cho khách: không được cộng sai hoá đơn làm cho hoá đơn tăng thêm tiền. Không lợi dụng khách trong việc nhờ giúp hoặc mua bán hay tỏ thái độ thấp hèn, xin tiền "boa", đếm tiền "boa" trước mặt khách. Ngược lại, luôn tỏ thái độ lịch sự văn minh, đúng mực với khách hàng.

- Đối với việc phục vụ khách: không thể hiện những hành vi thiếu đạo đức với khách như đùa cợt hoặc ăn mặc thiếu nghiêm túc.

Người phục vụ phải là người có trách nhiệm cao và tinh thần đồng đội trong công việc. Phải quan tâm, giữ gìn dụng cụ, trang thiết bị trong khách sạn, tránh vứt bừa bãi, tránh lãng phí. Luôn thể hiện sự quan tâm tới quyền lợi của khách hàng bằng mọi thái độ, hành vi và cử chỉ, thấm nhuần khẩu hiệu "Khách hàng là thượng đế". Thực hiện nghiêm chỉnh giờ giấc làm việc, không trốn tránh trách nhiệm được giao. Phải có sự phối hợp nhịp nhàng và giúp đỡ lẫn nhau giữa các bộ phận, tránh phê bình, cãi nhau nhất là trước mặt khách. Việc giải thích, ngăn chặn thiếu sót hoặc phê bình sẽ tiến hành sau giờ phục vụ.

e. Kỹ năng giao tiếp

Kỹ năng giao tiếp với khách rất quan trọng và là mấu chốt nhằm thỏa mãn mong đợi của khách. Để giao tiếp thành công phải luôn ghi nhớ các tiêu chuẩn:

Đón tiếp khách theo đúng tiêu chuẩn và thường xuyên dùng những câu chào như (Xin vui lòng, cảm ơn, chào buổi sáng,...) nên được sử dụng khi đón khách và khi một nhân viên phục vụ tiếp xúc lần đầu với khách. Sử dụng cụm từ: “Ngài/Quý ông/Quý bà” hay chức danh của khách nếu biết.

Trong quá trình phục vụ khách ăn uống, luôn mỉm cười với ánh mắt vui vẻ, khách sẽ cười đáp lại và cảm thấy thoải mái. Thái độ phục vụ tốt tạo ấn tượng khó quên về khách sạn và bản thân bạn. Giữ im lặng, hạn chế va chạm dụng cụ ăn uống khi bày bàn cũng như khi thu dọn bàn ăn

Khi giao tiếp với khách cử chỉ, điệu bộ khiêm tốn nhưng rõ ràng, nhất quán; ngữ điệu giọng nói phải được kiểm soát không chậm, không nhanh và vừa đủ nghe; tiếp xúc bằng mắt và nhìn thẳng vào mắt khách khi nói chuyện để biểu lộ rằng bạn

đang rất thành thật; tác phong, cử chỉ chững chạc, dáng đứng và giữ đầu hơi nghiêng về phía khách; khuôn mặt luôn thể hiện sự biểu cảm phù hợp với từng ngữ cảnh

f. Ngoại ngữ

Ngoại ngữ luôn quan trọng trong mọi lĩnh vực, nhưng quan trọng nhất là thời điểm hiện nay Việt Nam đang mở cửa toàn diện hợp tác với các nước trên thế giới sau khi đã gia nhập WTO và ký hiệp định TPP

Trong giai đoạn hội nhập kinh tế hiện nay, đặc biệt là sau khi hiệp định TPP (Hiệp Định Đối Tác Xuyên Thái Bình Dương) được ký kết mở ra một cánh cửa hội nhập toàn diện cho nền kinh tế nước ta. Việc giao thương hợp tác với các nước trở nên phát triển hơn bao giờ hết, bởi thế nguồn cung nhân lực chất lượng để đáp ứng cho nhu cầu này đang là một vấn đề cấp thiết.

Hơn thế, đối tượng khách trong khách sạn rất đa dạng và phong phú, khách đến từ nhiều quốc gia, dân tộc khác nhau. Vì vậy, để đảm bảo phục vụ tốt các yêu cầu của khách một trong những yêu cầu quan trọng đối với nguồn nhân lực này là khả năng ngoại ngữ phải thực sự nổi trội, thích ứng được môi trường làm việc và giao tiếp đa ngôn ngữ, đặc biệt là ngoại ngữ thuộc chuyên ngành.

1.2. VAI TRÒ CỦA PHỤC VỤ VÀ CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TRONG KHÁCH SẠN

1.2.1. Về mặt kinh tế

Phục vụ và chất lượng phục vụ là yếu tố quyết định đến hiệu quả kinh doanh của khách sạn. Đây là ý nghĩa quan trọng nhất vì mọi khách sạn hay cá nhân đều có thể nhận thấy những cố gắng của mình trong kết quả kinh doanh. Chất lượng phục vụ là công cụ hết sức hữu hiệu làm tăng khả năng cạnh tranh cho khách sạn. Khách sạn có chất lượng phục vụ tốt sẽ làm hài lòng khách, tạo uy tín và thương hiệu cho khách sạn. [15, tr.24]

Phục vụ và chất lượng phục vụ luôn là mối quan tâm hàng đầu của các khách sạn, nó là cơ sở để các khách sạn chứng minh việc phục vụ và kinh doanh của mình có thực sự hiệu quả hay không. Chất lượng phục vụ đòi hỏi sự đầu tư về thời gian,

sức lực và chi phí. Tuy nhiên, mỗi khách sạn phải luôn phấn đấu và không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ thì mới có thể đứng vững trên thị trường trong điều kiện cạnh tranh gay gắt ngày nay.

Thương hiệu của khách sạn không thể mua được, không thể trao đổi được. Khi khách sạn tạo được uy tín, thương hiệu cho mình thì sẽ làm giảm chi phí quảng cáo cho khách sạn. Bởi lẽ, mỗi khách hàng khi đến lưu trú, ăn uống và sử dụng các dịch vụ bổ sung của khách sạn mà họ cảm thấy hài lòng thì họ sẽ chuyển tải thông tin đó tới bạn bè, người thân của họ. Đây chính là phương tiện quảng cáo hữu hiệu nhất và ít tốn kém.

Bên cạnh đó, chất lượng phục vụ còn là công cụ giúp khách sạn nâng cao yếu tố đầu vào. Khách sạn có quy trình, tiêu chuẩn phục vụ rõ ràng, chuẩn mực thì khi thực hiện tuyển dụng lao động khách sạn cũng đề ra các tiêu chí tuyển dụng cụ thể, có chất lượng, thu hút các ứng viên có năng lực. Vì vậy, sau khi tuyển dụng việc đào tạo các ứng viên mới về kiến thức, kỹ năng và thái độ không mất nhiều thời gian và kinh phí.

Ngoài ra, các khách sạn phải luôn duy trì đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ nhân viên định kỳ để nâng cao chất lượng phục vụ. Tại các khách sạn đạt chuẩn thường có đội ngũ quản lý vững về chuyên môn, giỏi về điều hành giám sát, họ sẽ trực tiếp thực hiện đào tạo, bồi dưỡng cho nhân viên do chính họ quản lý. Như vậy, khách sạn sẽ không mất kinh phí để thuê các cơ sở đào tạo.

Khách đến tiêu dùng và sử dụng sản phẩm của khách sạn là các đối tượng khách khác nhau, họ đến từ nhiều quốc gia, dân tộc, độ tuổi, sở thích, đặc điểm tâm lý cũng khác nhau nên trong quá trình phục vụ khách không tránh khỏi một số sai sót. Nếu khách sạn có chất lượng phục vụ tốt sẽ hạn chế được các sai sót, thiệt hại như đền bù, giảm giá cho khách.

Muốn khẳng định chất lượng phục vụ tốt không chỉ bằng cảm nhận thông thường mà các khách sạn cũng cần được định kỳ thẩm định chất lượng. Nếu khách sạn có chất lượng phục vụ tốt thì việc đánh giá, đo lường và kiểm tra chất lượng phục vụ sẽ ít tốn kém, giảm các chi phí không đáng có.

Như vậy, có thể thấy chất lượng phục vụ tốt mang lại lợi nhuận cao cho khách sạn, giảm được các chi phí và khẳng định vị thế của khách sạn trên thị trường.

1.2.2. Về mặt xã hội

Chất lượng phục vụ tốt sẽ làm giảm sự chênh lệch nghề nghiệp, trình độ, dân tộc, địa vị xã hội,… vì bất kỳ ai dù họ có xuất phát như thế nào, khi đến với khách sạn để sử dụng cùng một loại dịch vụ đều được đối xử công bằng, bình đẳng như nhau. [15, tr.25]

Không những thế, nâng cao chất lượng phục vụ còn làm tăng điều kiện nghỉ ngơi, ăn uống cho khách hàng, nâng cao mức sống, tạo môi trường văn hóa lành mạnh, giáo dục lòng tự hào dân tộc, tạo mối quan hệ thân thiết hữu nghị giữa các dân tộc trên thế giới. Đồng thời, nó còn tăng cường thu hút thêm du khách đến tham quan, phá đi khoảng cách giàu nghèo, sự phân biệt chủng tộc, màu da, tạo nên bầu không khí bình đẳng, góp phần củng cố nền hòa bình thế giới. [15, tr.25]

1.3. CÁC NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TRONG KHÁCH SẠN

1.3.1. Cơ cấu sản phẩm dịch vụ và sự phục vụ

Trong khách sạn, chất lượng, chủng loại các dịch vụ và hàng hóa cung cấp cho khách cao hay thấp phụ thuộc vào quá trình phục vụ, trang thiết bị, tiện nghi, trình độ chuyên môn nghiệp vụ và kinh nghiệm của đội ngũ nhân viên cũng như nguyên vật liệu để sản xất ra dịch vụ và hàng hóa.

Đối với sản phẩm du lịch nguyên liệu, vật liệu để sản xuất ra không chỉ thuần túy mang tính vật chất mà còn mang tính phi vật chất như cơ chế chính sách xuất nhập cảnh, hải quan,…hoặc chất lượng của cơ sở hạ tầng phục vụ khách như chất lượng đường sá, sân bay, bến cảng,.. Tất cả các yếu tố này ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng phục vụ.

1.3.2. Trang thiết bị, cơ sở vật chất

Trang thiết hiện đại, đồng bộ, đủ về số lượng đảm bảo công tác phục vụ khách thì sẽ làm tăng thêm chất lượng phục vụ. Hơn nữa, nó cũng khẳng định phong cách, hình ảnh, thương hiệu của khách sạn.

Trang thiết bị phải được lựa chọn căn cứ vào độ bền, tính dễ bảo dưỡng, dễ sử dụng, vẻ đẹp, chất lượng và giá cả của nó. Trang thiết bị phải đáp ứng các yêu cầu của cả khách sạn và khách hàng trên quan điểm tiện nghi và hữa ích.

1.3.3. Yếu tố con người

Xã hội càng phát triển, nhu cầu của con người ngày càng đa dạng, phong phú. Mỗi con người đều có mong muốn và sở thích khác nhau. Do vậy, những người làm việc trong khách sạn phải nắm bắt được những nhu cầu của con người, hiểu được đặc điểm tâm lý của họ để đưa ra những phương hướng kịp thời, đem lại sự hài lòng cho khách trong quá trình sử dụng dịch vụ. Hơn nữa, do đặc trưng trong du lịch khó cơ khí hóa nên yếu tố con người cực kỳ quan trọng. Đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao, phẩm chất đạo đức tốt, được tổ chức hợp lý là điều kiện kiên quyết ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ.

1.3.4. Sự tiến bộ của khoa học kỹ thuật

Do đòi hỏi của khách ngày càng cao về chất lượng phục vụ, khoa học kỹ thuật cũng phát triển để đáp ứng kịp thời xu hướng hiện nay và nhu cầu của con người. Áp dụng khoa học kỹ thuật trong du lịch để đưa trang thiết bị hiện đại vào kinh doanh góp phần nâng cao chất lượng phục vụ trong khách sạn.

1.3.5. Các quy luật kinh tế và chính sách của nhà nước

Chính sách của nhà nước trong việc đề ra tiêu chuẩn chất lượng, việc quản lý chất lượng của nhà nước ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ.

1.3.6. Điều kiện vệ sinh

Liên quan đến chất lượng phục vụ đó là cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch bao gồm các cơ sở lưu trú (khách sạn, nhà nghỉ, motel,..), các cơ sở phục vụ ăn uống (nhà hàng, quầy bar, quán ăn nhanh,…), các cơ sở phục vụ giải trí cho khách (sân tennis, bể bơi, khu vui chơi giải trí,…). Tiêu chuẩn để đánh giá chất lượng

phục vụ không chỉ có tiêu chuẩn về trang thiết bị, tiện nghi mà còn có những tiêu chuẩn khác như an toàn vệ sinh và phong cách phục vụ. Điều kiện vệ sinh có vai trò quan trọng trong quá trình lưu lại của khách, tạo sự hài lòng về chất lượng vệ sinh cho khách.

1.4. CÁC TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TRONG KHÁCH SẠN

1.4.1. Tiêu chí đánh giá số lượng, chủng loại các loại dịch vụ hàng hóa cung cấp cho khách

Sự đa dạng của các loại dịch vụ hàng hóa chính là số lượng, chủng loại nhiều hay ít. Thông thường, các khách sạn đều kinh doanh hai dịch vụ chính là dịch vụ lưu trú và dịch vụ ăn uống, trong đó riêng dịch vụ lưu trú cũng rất đa dạng, có nhiều hạng và loại buồng khác nhau (buồng đặc biệt, buồng hạng sang, buồng tiêu chuẩn, buồng đơn, buồng đôi, buồng ba,…).

Một số khách sạn chỉ kinh doanh dịch vụ lưu trú thì gây khó khăn cho việc lựa chọn của khách. Bên cạnh đó, sự phong phú của dịch vụ bổ sung (giặt là, thể thao,…) ảnh hưởng rất lớn đến sự lựa chọn khách sạn của họ. Như vậy, các khách sạn có dịch vụ càng phong phú thì càng có lợi thế vì nó đáp ứng được nhu cầu của nhiều đối tượng khách. Các tiêu chí để đánh giá số lượng, chủng loại các loại dịch vụ hàng hoá cung cấp cho khách là:

- Sự đa dạng và phù hợp
- Vệ sinh sạch sẽ và an toàn
- Giá cả

1.4.2. Tiêu chí đánh giá đội ngũ nhân viên phục vụ

Chất lượng phục vụ trong khách sạn phụ thuộc rất lớn vào yếu tố con người. Một khách sạn dù có cơ sở vật chất tốt, sản phẩm dịch vụ phong phú nhưng đội ngũ nhân viên yếu kém thì chất lượng phục vụ không thể đảm bảo tốt.

Chất lượng đội ngũ nhân viên được đánh giá dựa trên các tiêu chí:

- Trình độ học vấn
- Trình độ chuyên môn nghiệp vụ

- Trình độ ngoại ngữ

- Độ tuổi, giới tính, ngoại hình

- Kỹ năng giao tiếp và nắm bắt tâm lý khách hàng

- Phẩm chất và tư cách đạo đức

- Tinh thần, thái độ phục vụ khách hàng

Nhìn chung, hệ thống tiêu chí đánh giá phải được xây dựng trên cơ sở mong muốn của khách hàng đồng thời phải được áp dụng ở tất cả các hoạt động nghiệp vụ của khách sạn.

1.4.3. Tiêu chí về bảo quản và duy trì cơ sở vật chất kỹ thuật, các trang thiết bị phục vụ kinh doanh cũng như giữ gìn vệ sinh môi trường, cảnh quan

Đây là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ, hiệu quả kinh doanh của mỗi doanh nghiệp. Cơ sở vật chất kỹ thuật gồm toàn bộ công trình xây dựng, các trang thiết bị tiện nghi giúp cho việc thực hiện công việc của nhân viên một cách dễ dàng hơn.

Chất lượng cơ sở vật chất được đánh giá thông qua các tiêu chí sau:

- Mức độ tiện nghi của trang thiết bị: đầy đủ, đảm bảo tính hiện đại và sự tiện lợi cho khách, nhân viên

- Tính thẩm mỹ: thể hiện ở lối kiến trúc độc đáo, hợp lý, sự đồng bộ về kiểu dáng, màu sắc, ánh sáng, sự hài hòa trong cách bài trí… nhằm gây ấn tượng cho người tiêu dùng. Mỗi khách sạn tạo nên cho mình một gam màu riêng dựa trên đặc điểm văn hóa khách.

- Mức độ an toàn: khi đầu tư xây dựng một khách sạn, các nhà đầu tư sẽ chú ý rất nhiều vào mức độ an toàn nhằm đảm bảo cho khách cũng như đối phó với dư luận về an toàn của khách sạn. Đó là thiết bị phòng cháy chữa cháy, thiết bị đảm bảo an toàn cho người sử dụng, an toàn về tính mạng, tài sản cho khách.

- Sự vệ sinh: sạch và an toàn theo đúng tiêu chuẩn, bầu không khí trong lành, mùi hương trong buồng phải tự nhiên, nguồn nước và môi trường xanh,… đảm bảo cho khách cảm nhận được sự thoáng đãng trong lành.

1.4.4. Tiêu chí về phục vụ lưu trú

Lưu trú là dịch vụ mang lại doanh thu lớn nhất trong khách sạn, khoảng 60% trên tổng doanh thu. Tiêu chí để đánh giá về phục vụ lưu trú là:

- Mức độ tiện nghi
- Sự an toàn
- Sự đa dạng của các dịch vụ
- Chất lượng vệ sinh
- Tính thẩm mỹ
- Tác phong, thái độ của nhân viên

1.4.5. Tiêu chí về phục vụ ăn uống

Song song với dịch vụ lưu trú khách sạn còn có dịch vụ ăn uống, loại dịch vụ này cũng mang lại nguồn doanh thu lớn đứng thứ hai sau doanh thu từ lưu trú. Tiêu chí để đánh giá về phục vụ ăn uống là:

- Mức độ tiện nghi
- Chất lượng món ăn đồ uống
- Tính thẩm mỹ
- Tác phong, thái độ của nhân viên
- Vệ sinh và an toàn thực phẩm
- Giá cả
- Tiến độ phục vụ

1.4.6. Tiêu chí về phục vụ các dịch vụ bổ sung

Khách sạn có rất nhiều loại dịch vụ bổ sung, mỗi loại mang nét đặc trưng khác nhau nhằm đáp ứng các yêu cầu của khách. Tiêu chí để đánh giá về phục vụ các dịch vụ bổ sung là:

- Sự đa dạng
- Mức độ tiện nghi và an toàn
- Sự thoải mái
- Giá cả
- Tiến độ phục vụ
- Tác phong, thái độ của nhân viên

CHƯƠNG 2
THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TẠI KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG – HẢI PHÒNG GIAI ĐOẠN 2013-2015

2.1. Giới thiệu chung về khách sạn

2.1.1. Quá trình hình thành và phát triển khách sạn

a. Quá trình hình thành:

Công ty Cổ phần Tập đoàn Nam Cường Hà Nội được thành lập với tên là Tổ hợp dịch vụ vận tải vật tư nông nghiệp và xây dựng Xuân Thủy. Tháng 8/2009 Công ty đổi tên giao dịch thành Công ty Cổ phần Tập đoàn Nam Cường Hà Nội

Trải qua hơn 30 năm hình thành và phát triển, tập đoàn định hướng phát triển các sản phẩm ở phân khúc cao cấp, thân thiện môi trường, lấy khách hàng làm trung tâm, hướng tới sự thỏa mãn của khách hàng làm mục tiêu lâu dài.

KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG HẢI PHÒNG

- Tiêu chuẩn 4 sao. Hoạt động từ năm 1998
- Địa chỉ: 47 Lạch Tray, Ngô Quyền, TP. Hải Phòng
- Điện thoại: 0313. 828 555
- Website: www.namcuonghaiphonghotel.com.vn

Khách sạn Nam Cường tiền thân là Khách sạn Tray, tháng 1 năm 1999 đổi tên thành Khách sạn Nam Cường - Hải Phòng. Khách sạn Nam Cường- Hải Phòng đạt tiêu chuẩn 4 sao mang đậm nét văn hóa truyền thống cho một cuộc sống thanh lịch với dịch vụ hoàn hảo và phong cách hiện đại. Nằm giữa trung tâm thành phố, bên đô thị náo nhiệt và công viên hồ nước thanh bình, tạo nên sự duyên dáng và phong cách độc đáo thể hiện đẳng cấp quốc tế, đảm bảo đón tiếp, phục vụ khách chu đáo đã trở thành địa chỉ tin cậy, nơi dừng chân lý tưởng cho du khách đến thành phố Hải Phòng. [21, tr.1]

b. Chức năng và nhiệm vụ của khách sạn

** Chức năng:*

Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng có chức năng hoạt động chính là kinh

doanh lưu trú với nhiều loại buồng nghỉ khác nhau, cung cấp cho khách chỗ nghỉ ngơi, thư giãn với đầy đủ các trang thiết bị tiện nghi và luôn cố gắng đáp ứng các nhu cầu của khách trong quá trình khách lưu trú tạo cho khách cảm giác thoải mái, coi khách sạn như: "*Gia đình khi xa nhà"*.

Song song với kinh doanh lưu trú là kinh doanh ăn uống. Với hai hệ thống nhà hàng Âu, Á và một quầy đồ uống đảm bảo phục vụ khách các bữa ăn chính, bữa ăn phụ trong ngày đối với cả khách lưu trú tại khách sạn và khách vãng lai. Ngoài ra, khách sạn còn tổ chức các loại tiệc như tiệc cưới, liên hoan, sinh nhật, hội nghị, hội thảo,…, đem lại nguồn lợi nhuận cao cho khách sạn.

Để hỗ trợ và đáp ứng một cách tốt nhất các nhu cầu của khách trong thời gian lưu trú, khách sạn Nam Cường – Hải Phòng còn kinh doanh các dịch vụ bổ sung như giặt là, vận chuyển, hướng dẫn du lịch, massage, spa, bể bơi,…

* *Nhiệm vụ*:

Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng có nhiệm vụ cụ thể như sau:

- Cung ứng các dịch vụ về lưu trú, ăn uống, dịch vụ bổ sung đáp ứng các nhu cầu của khách cả về số lượng, chất lượng và chủng loại.

- Thực hiện các chỉ tiêu về sử dụng, quản lý tốt cơ sở vật chất, vốn đầu tư và sử dụng hợp lý, tiết kiệm nguồn nhân lực hiện có nhằm nâng cao hiệu quả kinh tế và chất lượng phục vụ tại khách sạn.

- Khai thác triệt để các điều kiện hiện có, tổ chức có chất lượng cao các hoạt động dịch vụ đảm bảo duy trì quy trình, tiêu chuẩn, chất lượng phục vụ và làm hài lòng khách hàng.

- Đảm bảo an ninh, an toàn trong quá trình khách lưu trú tại khách sạn, bảo vệ môi trường sinh thái, giữ gìn và phát huy truyền thống văn hóa, bản sắc dân tộc và nhân phẩm của người Việt Nam.

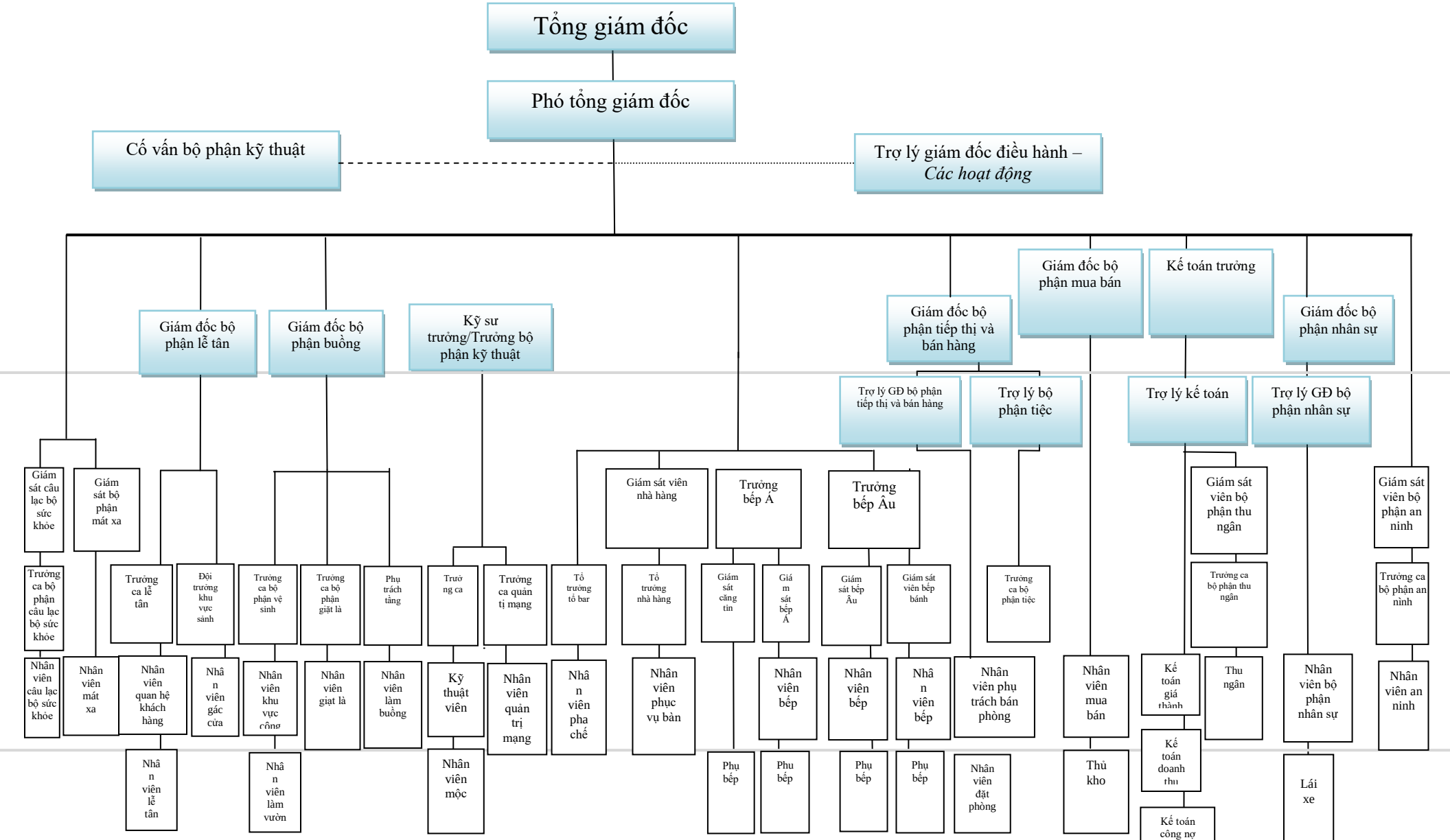
- Thực hiện đúng các quy định của ngành, nhà nước về kinh doanh du lịch nói chung và khách sạn nói riêng.

2.1.2. Cơ cấu tổ chức bộ máy quản lý của khách sạn

a. Sơ đồ cơ cấu tổ chức

Tổ chức bộ máy khách sạn thực chất là sự sắp xếp lao động, cơ sở vật chất của khách sạn theo một hệ thống hợp lý và khoa học tạo điều kiện cho khách sạn vận hành có hiệu quả nhất. Tổ chức bộ máy của khách sạn phản ánh vị trí chức năng, quyền hạn, trách nhiệm của từng bộ phận, từng cá nhân trong bộ máy đó. Mặt khác, tổ chức bộ máy của khách sạn cũng phản ánh mối quan hệ quản lý, thông tin, mối quan hệ chức năng giữa các vị trí trong bộ máy nhằm mục đích hướng tới mục tiêu đề ra.

Cơ cấu tổ chức của khách sạn Nam Cường – Hải Phòng:



Sơ đồ 1: Cơ cấu tổ chức Khách sạn Nam Cường Hải Phòng

b. Nhiệm vụ cụ thể của các chức danh

** Cấp quản lý khách sạn (Tổng Giám đốc khách sạn, Phó Tổng giám đốc, Trợ lý Tổng giám đốc, Cố vấn bộ phận kỹ thuật)*

Tổng giám đốc tham gia vào việc đề ra và thực hiện các chính sách và chiến lược của khách sạn. Tổng giám đốc chịu trách nhiệm về toàn bộ kết quả hoạt động của khách sạn và phối hợp công việc của các bộ phận, chịu trách nhiệm trước Ban giám đốc công ty, Hội đồng quản trị.

Phó Tổng giám đốc/Trợ lý Tổng giám đốc có trách nhiệm quản lý hàng ngày các hoạt động của khách sạn. Xử lý các tình huống khẩn cấp, phàn nàn của khách, các sự kiện đặc biệt và chịu trách nhiệm đối với vấn đề về phúc lợi, an toàn của khách, của nhân viên và của khách sạn.

** Giám đốc bộ phận nhà hàng*

Cung cấp nhiều tiện nghi, dịch vụ cho khách nhưng tập trung chủ yếu vào việc phục vụ đồ ăn và thức uống. Các dịch vụ này có thể được cung cấp trong các quán cà phê, quầy bar, các phòng ở sảnh lớn và các nhà hàng.

** Giám đốc bộ phận lễ tân*

Là bộ phận dễ nhìn thấy nhất trong khách, là cầu nối giữa khách hàng và các bộ phận khác trong khách sạn, chịu trách nhiệm cho các hoạt động lễ tân ở sảnh và toàn bộ các hoạt động nhận buồng và trả buồng. Bộ phận này cũng có trách nhiệm đối với các nhiệm vụ đặt chỗ, tổng đài điện thoại, dịch vụ thư ký văn phòng, xử lý các yêu cầu khiếu nại của khách,...

** Giám đốc bộ phận buồng*

Có trách nhiệm quản lý các buồng khách và sự sạch sẽ của tất cả các buồng khách cũng như các khu vực công cộng trong khách sạn.

** Giám đốc bộ phận tiếp thị và bán hàng*

Có trách nhiệm khai thác tìm các nguồn khách mới cho khách sạn. Bộ phận này đóng góp một vai trò thiết yếu trong khách sạn. Mục tiêu của bộ phận này là thu hút

các nguồn khách bên ngoài đến khách sạn như cơ quan, các đoàn khách du lịch, hội nghị và hội thảo, cũng xúc tiến bán các sản phẩm nhà hàng, đồ uống và tiện nghi phục vụ khác cho khách trong và ngoài khách sạn.

** Kế toán trưởng (Giám đốc bộ phận tài chính)*

Có trách nhiệm theo dõi toàn bộ các hoạt động tài chính của khách sạn. Các hoạt động này bao gồm nhận tiền mặt và chuyển khoản ngân hàng, chi trả tiền lương, lưu trữ các số liệu hoạt động, chuẩn bị các báo cáo nội bộ, kiểm toán và các quy định về tài chính.

** Giám đốc bộ phận an ninh*

Có trách nhiệm chính trong việc đảm bảo an ninh, an toàn cho khách ở khách sạn, khách đến thăm khách sạn, nhân viên và toàn bộ tài sản của khách sạn. Bộ phận này có thể bao gồm cả việc tuần tra xung quanh khách sạn và điều khiển các thiết bị giám sát.

** Giám đốc bộ phận nhân sự*

Đôi khi còn được biết đến như bộ phận nhân sự và đào tạo. Bộ phận nhân sự có trách nhiệm trong việc tuyển dụng nhân viên cũng như các chương trình đào tạo, định hướng đào tạo, mối quan hệ giữa các nhân viên, tiền lương, quan hệ lao động và phát triển nguồn nhân lực.

** Giám đốc bộ phận kỹ thuật bảo dưỡng*

Có trách nhiệm sửa chữa, bảo dưỡng tòa nhà khách sạn và các phương tiện bên trong, cũng như thực hiện chương trình bảo dưỡng định kỳ.

** Cấp nhân viên*

Là người thuộc các bộ phận khác nhau trong khách sạn, đều phải thực hiện nhiệm vụ, công việc của bộ phận theo sự chỉ đạo của giám đốc bộ phận trực tiếp.

2.2. TÌNH HÌNH KINH DOANH CỦA KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG – HẢI PHÒNG GIAI ĐOẠN 2013 – 2015

2.2.1. Tình hình khách của khách sạn

Theo Luật du lịch Việt Nam : *Khách du lịch là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc hoặc hành nghề để nhận thu nhập ở nơi đến.*

Khách du lịch được phân chia thành hai nhóm cơ bản:

Khách du lịch quốc tế là người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài vào Việt Nam du lịch; công dân Việt Nam, người nước ngoài thường trú tại Việt Nam ra nước ngoài du lịch. [22, tr.3]

Khách du lịch nội địa là công dân Việt Nam, người nước ngoài thường trú tại Việt Nam đi du lịch trong lãnh thổ Việt Nam. [22, tr.3]

Khách của khách sạn đến từ nhiều quốc gia, dân tộc, độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp khác nhau, mỗi khách sạn đều có quy trình và tiêu chuẩn riêng để phục vụ, đáp ứng nhu cầu của tất cả các khách.

Tình hình đón khách của khách sạn Nam Cường – Hải Phòng từ năm 2013 đến 2015 như sau:

Bảng 1: Tình hình đón khách của khách sạn các năm 2013 – 2015

Năm / Chỉ tiêu	Đơn vị tính	2013		2014		2015		Tốc độ phát triển (%)	
		SL	TT %	SL	TT %	SL	TT %	2014/2013	2015/2014
1. Tổng khách	Khách	**35860**	**100**	**37900**	**100**	**39980**	**100**	**105.69**	**105.49**
Khách quốc tế		30880	86.11	32750	86.41	34770	86.97	106.06	106.17
Khách nội địa		4980	13.89	5150	13.59	5210	13.03	103.41	101.16
2. Tổng ngày khách	Ngày khách	**38905**	**100**	**40530**	**100**	**43970**	**100**	**104.18**	**108.49**
Khách quốc tế		34920	89.76	36250	89.44	39150	89.04	103.81	108
Khách nội địa		3985	10.24	4280	10.56	4820	10.96	107.40	112.62
3. Thời gian lưu lại bình quân	Ngày	**1.08**		**1.07**		**1.10**			
Khách quốc tế		1.13		1.11		1.13			
Khách nội địa		0.80		0.83		0.93			

(Nguồn: Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng)

Thông qua bảng kê số liệu trên ta thấy tình hình biến động khách của khách sạn tương đối tốt. Khách đến khách sạn chủ yếu là khách quốc tế, khách nội địa chiếm tỷ trọng nhỏ trong tổng khách. Năm 2014 so với năm 2013 tổng khách tăng 2,82% và đến năm 2015 tăng 3,96%, điều này cho thấy khách sạn đã phần nào khẳng định được thương hiệu của mình trên thị trường Hải Phòng.

Từ việc tổng khách của khách sạn tăng làm cho tổng ngày khách và thời gian lưu lại bình quân cũng tăng theo. Đối với tổng ngày khách năm 2014 so với năm 2013 tăng 4,18% và đến năm 2015 tăng 8,49%. Đối với thời gian lưu lại bình quân cũng tăng đều qua các năm nhưng qua số liệu ta thấy thời gian lưu lại bình quân của khách tăng không đáng kể, thời gian lưu lại bình quân của khách là 1,12 ngày/khách vẫn là con số thấp so với khách sạn có khá nhiều điều kiện thuận lợi như khách sạn Nam Cường – Hải Phòng.

Việc khách quốc tế tăng đều hàng năm là do khách hàng mục tiêu khách sạn đón là khách công vụ, các chuyên gia và nhà đầu tư từ nước ngoài đến Hải Phòng làm việc. Mặt khác, khách sạn Nam Cường – Hải Phòng đạt chuẩn 4 sao, có tiêu chuẩn phục vụ tốt và dịch vụ tương đối phong phú, đa dạng, có vị trí nằm ngay giữa trung tâm thành phố, thuận lợi cho việc đi lại, do vậy, thu hút một lượng lớn khách đến khách sạn. Tuy nhiên, để có thể duy trì và ngày càng thu hút một lượng khách hàng lớn hơn trong tương lai thì khách sạn phải ngày càng nâng cao chất lượng phục vụ.

2.2.2. Đặc điểm nguồn khách của khách sạn

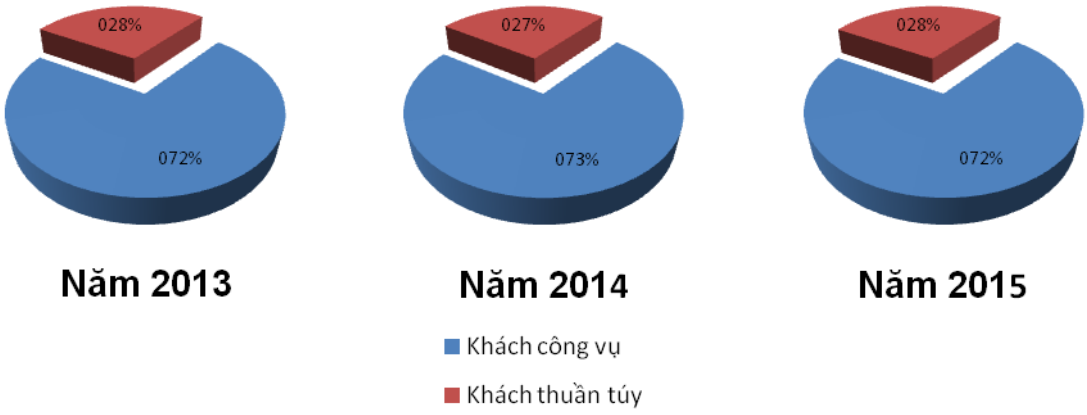
a. Cơ cấu khách theo mục đích du lịch

Mục đích du lịch của du khách có thể chỉ thuần tuý du lịch, tức là chỉ nhằm nghỉ ngơi, giải trí, nâng cao nhận thức tại chỗ về thế giới xung quanh. Ngoài những chuyến đi như vậy, có nhiều cuộc hành trình vì các lý do khác như học tập, công tác, hội nghị, tôn giáo, thương mại,… Tại khách sạn Nam Cường – Hải Phòng phân loại khách theo mục đích du lịch gồm khách công vụ và khách thuần túy. Cụ thể số lượng khách theo mục đích du lịch các năm 2013 – 2015 như sau:

Bảng 2: Cơ cấu khách theo mục đích du lịch

Năm / Chỉ tiêu	2013		2014		2015		Tốc độ phát triển (%)	
	SL	TT%	SL	TT%	SL	TT%	2014/2013	2015/2014
Khách công vụ	25980	72.45	27850	73.48	28922	72.34	107.19	103.85
Khách thuần túy	9879	27.55	10050	26.52	11058	27.66	101.73	110.03
Tổng lượt khách	**35859**	**100**	**37900**	**100**	**39980**	**100**	**105.69**	**105.49**

(Nguồn: Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng)



Biểu đồ 1: Cơ cấu khách theo mục đích du lịch

Qua bảng thống kê và biểu đồ cơ cấu khách theo mục đích du lịch từ năm 2013 đến năm 2015 ta thấy khách hàng chủ yếu của khách sạn Nam Cường – Hải Phòng là khách công vụ. Năm 2014 so với năm 2013 số lượng khách công vụ tăng 7.19% và đến năm 2015 tăng 3.85% so với năm 2014. Ở đây ta thấy khách công vụ tăng nhiều là do khách hàng mục tiêu của khách sạn là khách công vụ. Hơn nữa, Hải Phòng là thành phố cảng, có nhiều khu và cụm công nghiệp thu hút lượng lớn các nhà đầu tư, các

chuyên gia kinh tế ở trong nước và nước ngoài. Bên cạnh đó, khách sạn có vị trí tại trung tâm thành phố, thuận tiện cho việc đi lại cũng như sinh hoạt của khách. Đồng thời, ngoài dịch vụ lưu trú, ăn uống, khách sạn Nam Cường – Hải Phòng cũng cung cấp nhiều dịch vụ bổ sung như đặt họp, hội nghị hội thảo, spa, massage,…Chính vì vậy, số lượng khách công vụ của khách sạn tăng đều các năm.

Song song với đối tượng khách công vụ khách sạn cũng đón và phục vụ đối tượng khách thuần túy. Nhìn vào bảng số liệu trên ta thấy khách thuần túy của khách sạn cũng tăng hàng năm nhưng không nhiều. Số lượng khách thuần túy đến khách sạn ít hơn số lượng khách công vụ. Năm 2014 so với năm 2013 tăng 1.73% và đến năn 2015 tăng 0.03%. Lượng khách thuần túy của khách sạn tăng hàng năm là do vị trí của khách sạn nằm tại trung tâm thành phố, thuận tiện cho việc đi lại. Bên cạnh đó, khách sạn cũng có nhiều loại phòng với mức giá khác nhau phù hợp với mọi đối tượng khách hàng. Kế hoạch phát triển trong thời gian tới khách sạn sẽ đẩy mạnh việc thu hút đối tượng khách thuần túy đến với khách sạn.

b. Cơ cấu khách theo hình thức chuyến đi

Theo hình thức chuyến đi thường có hai đối tượng khách:

Khách đi theo đoàn là nhóm người đi du lịch với nhau và cùng lưu trú tại khách sạn trong cùng một khoảng thời gian. Khách đi theo đoàn thường có trưởng đoàn liên hệ và chủ trì các công việc với khách sạn trong quá trình lưu trú. Thông thường, khách đi theo đoàn sẽ chủ động liên hệ và đặt trước với khách sạn về dịch vụ lưu trú và ăn uống tại khách sạn.

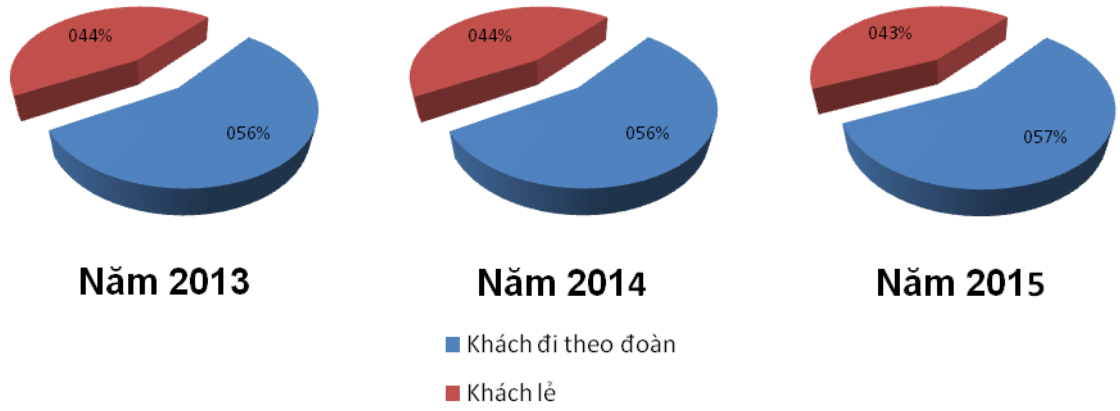
Khách lẻ là cá nhân hoặc một vài người đi du lịch đến khách sạn lưu trú, họ có thể liên hệ với khách sạn để đặt trước hoặc không đặt trước về dịch vụ lưu trú và ăn uống tại khách sạn. Họ là những người độc lập tự lo liệu cho chuyến đi của mình.

Từ năm 2013 đến năm 2015 khách sạn Nam Cường – Hải Phòng đã đón và phục vụ số lượng khách đi theo đoàn và khách lẻ như sau:

Bảng 3: Cơ cấu khách theo hình thức chuyến đi

Năm / Chỉ tiêu	2013		2014		2015		Tốc độ phát triển (%)	
	SL	TT%	SL	TT%	SL	TT%	2014/2013	2015/2014
Khách đi theo đoàn	19989	55.74	21050	55.54	22850	57.15	105.30	108.55
Khách lẻ	15870	44.26	16850	44.46	17130	42.85	106.18	101.66
Tổng lượt khách	**35859**	**100**	**37900**	**100**	**39980**	**100**	**105.69**	**105.49**

(Nguồn: Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng)



Biểu đồ 2: Cơ cấu khách theo hình thức chuyến đi

Qua bảng thống kê và biểu đồ cơ cấu khách theo hình thức chuyến đi từ năm 2013 đến năm 2015 ta thấy cả hai đối tượng khách đi theo đoàn và khách lẻ đến khách sạn đều tăng khá cao. Năm 2014 số lượng khách đi theo đoàn tăng so với năm 2013 là 5.30% và đến năm 2015 tăng 8.55% so với năm 2014.

Số lượng khách lẻ năm 2014 so với năm 2013 tăng 6.18% và đến năm 2015 tăng 1.60%. Ngoài ra, số liệu trong bảng còn cho thấy lượng khách đi theo đoàn cũng cao hơn lượng khách lẻ, điều này càng thể hiện rõ thế mạnh của khách sạn như đã nêu trên là khách công vụ, là các nhà đầu tư, chuyên gia kinh tế,… lựa chọn khách sạn Nam

Cường – Hải Phòng là điểm dừng chân lý tưởng vì nơi đây có vị trí thuận tiện, đáp ứng nhu cầu ăn uống, lưu trú và các nhu cầu khác của khách. Đặc biệt các dịch vụ massage, xông hơi, spa của khách sạn đã tạo cho khách cảm giác thoải mái sau thời gian làm việc vất vả. Kế hoạch trong thời gian tới của khách sạn là duy trì và phát triển cả hai đối tượng khách đi theo đoàn và khách lẻ nhằm tăng doanh thu, đem lại nguồn lợi nhuận cao cho khách sạn.

c. Phân tích tính thời vụ tại khách sạn Nam Cường – Hải Phòng

Thời vụ du lịch được hiểu là những biến động lặp đi lặp lại hàng năm của cung và cầu các dịch vụ, hàng hóa du lịch dưới tác động của một số nhân tố xác định.

Lượng du khách không đều giữa các tháng trong năm mà biến động mạnh theo mùa, sự biến thiên này sẽ diễn ra không hỗn độn và theo một trật tự phổ biến và tương đối ổn định được gọi là quy luật thời vụ.

Đối với khách sạn Nam Cường – Hải Phòng tính thời vụ ảnh hưởng lớn tới hoạt động kinh doanh của khách sạn. Công thức tính chỉ số thời vụ như sau:

Hệ số thời vụ từng tháng đặc trưng cho chế độ biến động thời vụ Ij

$$Ij = Yj/Y \ (1,12);$$

Trong đó:

$$Yj = \frac{1}{n} \times \sum_{j=1}^{n} Yij \ (i = 1,2) \qquad Y = \frac{1}{12} \times \sum_{j=1}^{n}$$

Với

n: Số năm

Ij: Hệ số thời vụ

Yj: Tổng số khách bình quân của từng tháng trong năm

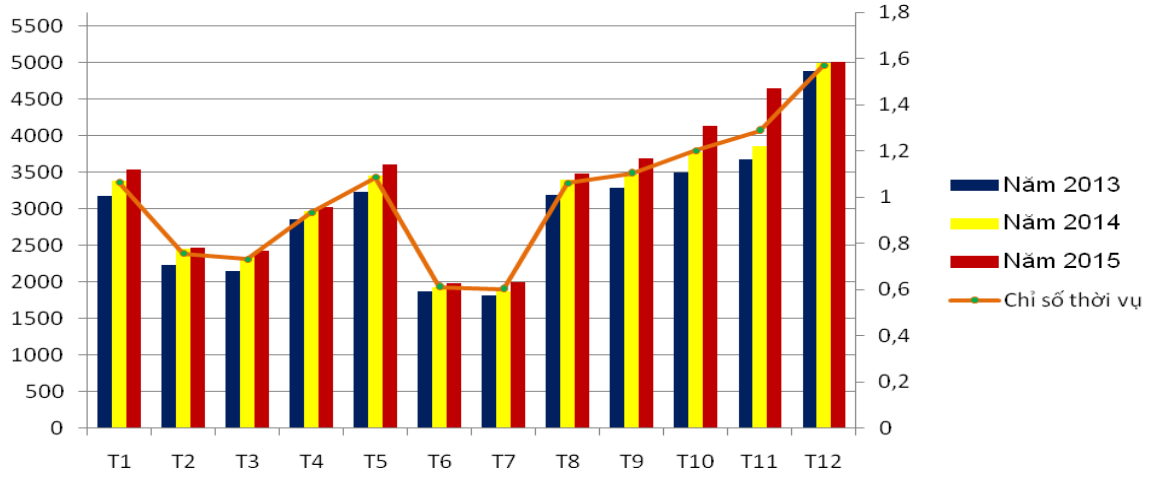
Y: Số khách bình quân chung một tháng. [17, tr.37]

Chỉ số thời vụ của nguồn khách đến khách sạn Nam Cường – Hải Phòng từ năm 2013 đến năm 2015 như sau:

Bảng 4: Chỉ số thời vụ của nguồn khách đến khách sạn qua các tháng

Năm / TT	2013	2014	2015	Số khách bình quân tháng (Ytb)	Chỉ só thời vụ (Ij)
1	3173	3380	3530	3361	1.063806
2	2235	2456	2470	2387	0.755521
3	2150	2344	2430	2308	0.730516
4	2850	2972	3016	2946	0.932452
5	3230	3458	3602	3430	1.085645
6	1870	1925	1980	1925	0.609291
7	1820	1875	1996	1897	0.600428
8	3195	3392	3475	3354	1.061591
9	3280	3470	3690	3480	1.101471
10	3490	3768	4130	3796	1.201490
11	3680	3862	4650	4064	1.286316
12	4886	4998	5011	4965	1.571496
Tổng	**35859**	**37900**	**39980**	**37913**	

(Nguồn: Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng)



Biểu đồ 3: Chỉ số thời vụ của nguồn khách đến khách sạn qua các tháng

Qua bảng thống kê và biểu đồ tính chỉ số thời vụ của nguồn khách đến khách sạn qua các tháng từ năm 2013 đến năm 2015 ta thấy rất rõ khách đến khách sạn tăng đều giữa các năm nhưng không tăng đều giữa các tháng. Chỉ số thời vụ cho thấy lượng khách đến khách sạn tăng mạnh vào các tháng từ tháng 8 đến tháng 1 năm sau. Điều này thể hiện khách sạn luôn duy trì được lượng khách công vụ đến khách sạn từ tháng 1 đến tháng 12 trong năm nhưng ngoài phục vụ khách công vụ khách sạn còn phục vụ lượng khách thuần túy tương đối đa dạng. Từ tháng 8 đến tháng 1 năm sau lượng khách quốc tế đi du lịch và lưu trú tại khách sạn tăng kéo theo chỉ số thời vụ của khách sạn cũng tăng. Thời điểm này chính là thời gian nghỉ hè của các nước châu Âu nên các đối tượng khách từ Pháp, Đức, Anh,…đi du lịch nhiều. Bên cạnh đó đây là dịp cuối năm là thời gian các đơn vị, cá nhân thường xuyên tổ chức tiệc, hội họp và có nhiều ngày lễ lớn, khách sạn luôn đề ra các chương trình ưu đãi khách hàng, do vậy cũng thu hút lượng lớn khách đến khách sạn.

Đặc biệt vào tháng 5 hàng năm, Hải Phòng tổ chức Lễ hội hoa phượng đỏ cũng đã thu hút lượng lớn khách du lịch cả quốc tế và nội địa đến khách sạn. Vào tháng 6 và 7 là các tháng nắng nóng, mưa nhiều, thời tiết khắc nghiệt nên lượng khách giảm so với các tháng khác trong năm.

Đối với các tháng cao điểm để đảm bảo chất lượng phục vụ khách, khách sạn Nam Cường – Hải Phòng thường liên kết với một số trung tâm hoặc trường đào tạo về du lịch để huy động thêm lực lượng lao động cho khách sạn, đáp ứng nhu cầu phục vụ khách. Trong quá trình đón tiếp và phục vụ khách, lực lượng lao động này còn một số hạn chế nên phần nào ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ khách. Kế hoạch những năm tới khách sạn cần có chính sách phù hợp để duy trì tiêu chuẩn và nâng cao chất lượng phục vụ khách.

2.2.3. Cơ cấu doanh thu của từng bộ phận qua các năm

Doanh thu của khách sạn là toàn bộ những khoản tiền thu được từ các hoạt động kinh doanh và các hoạt động khác của khách sạn mang lại. Doanh thu từ hoạt động

kinh doanh của khách sạn (hay còn gọi là doanh thu tiêu thụ hàng hoá, dịch vụ của khách sạn) là toàn bộ các khoản thu trong việc tiêu thụ các sản phẩm của khách sạn.

Doanh thu từ hoạt động kinh doanh của khách sạn có thể chia ra các khoản mục chi tiết, tuỳ thuộc quy mô và lĩnh vực hoạt động của khách sạn như: doanh thu từ kinh doanh lưu trú, ăn uống, các dịch vụ bổ sung, các hoạt động khác của khách sạn bao gồm doanh thu từ hoạt động tài chính, doanh thu bất thường.

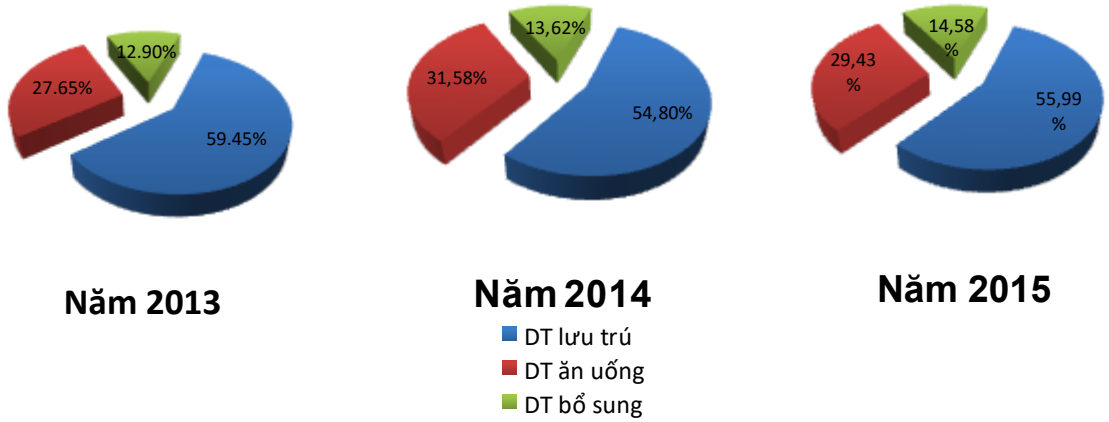
Cơ cấu doanh thu từ các dịch vụ của khách sạn Nam Cường – Hải Phòng từ năm 2013 đến 2015 được thể hiện cụ thể như sau:

Bảng 5: Cơ cấu doanh thu các bộ phận qua các năm 2013 – 2015

(ĐVT: 1.000.000đ)

Năm / Chỉ tiêu	2013		2014		2015		Tốc độ phát triển (%)	
	SL	TT%	SL	TT%	SL	TT%	2014/2013	2015/2014
DT lưu trú	14062	59.45	15530	54.80	17410	55.99	110.44	112.11
DT ăn uống	6538	27.65	8950	31.58	9152	29.43	136.89	102.26
DT bổ sung	3052	12.90	3860	13.62	4535	14.58	126.47	117.49
Tổng	**23652**	**100**	**28340**	**100**	**31097**	**100**	**119.82**	**109.73**

(Nguồn: Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng)



Biểu đồ 4: Cơ cấu doanh thu các bộ phận qua các năm 2013 – 2015

Nhìn vào bảng và biểu đồ doanh thu của các bộ phận từ năm 2013 đến năm 2015 của khách sạn Nam Cường - Hải Phòng ta thấy rất rõ doanh thu của khách sạn qua các năm đều tăng. Khách sạn kinh doanh nhiều dịch vụ khác nhau nhưng doanh thu từ dịch vụ lưu trú và dịch vụ ăn uống luôn chiếm tỷ trọng cao. Doanh thu từ dịch vụ lưu trú chiếm vị trí cao nhất trong các lĩnh vực và tăng đều qua các năm.

Doanh thu lưu trú năm 2014 so với năm 2013 tăng 110.44% và năm 2015 so với năm 2014 tăng 112.11%. Doanh thu lưu trú tăng là do khách sạn luôn duy trì và chăm sóc các khách hàng thường xuyên tốt. Bên cạnh đó, chất lượng vệ sinh buồng khách luôn được quan tâm và đặt lên hàng đầu cùng với sự sáng tạo, khéo léo của đội ngũ nhân viên phục vụ buồng đã tạo nên được các hình thức trang trí đẹp, hấp dẫn, mới lạ cho buồng khách. Trong quá trình khách lưu trú tại khách sạn, đội ngũ nhân viên phục vụ buồng luôn quan tâm, đáp ứng các yêu cầu của khách và làm hài lòng khách.

Song song với doanh thu lưu trú, doanh thu ăn uống của khách sạn cũng khá cao, năm 2014 so với năm 2013 tăng 136.89% và năm 2015 so với năm 2014 tăng 102.26%. Đây là dấu hiệu đáng mừng trong kinh doanh ăn uống của khách sạn. Với hệ thống 1 nhà hàng ăn Âu, 1 nhà hàng ăn Á và 1 quầy bar khách sạn đã đáp ứng nhu cầu ăn uống của mọi đối tượng khách cả 3 bữa trong ngày với nhiều hình thức ăn uống phong phú. Khách sạn cũng thường xuyên cập nhật và thay đổi thực đơn ăn uống phù hợp với nhu cầu và khẩu vị của khách. Đặc biệt nguồn khách mà khách sạn phục vụ ăn uống chủ yếu là khách lưu trú tại khách sạn như khách đi theo đoàn, khách dự hội nghị, khách đặt tiệc,…còn khách địa phương có sử dụng dịch vụ ăn uống nhưng không nhiều, chủ yếu khách địa phương sử dụng đồ ăn uống nhẹ tại quầy bar trong quá trình họ sử dụng dịch vụ bổ sung như bể bơi, massage, xông hơi, spa.

Ngoài doanh thu lưu trú, doanh thu ăn uống, khách sạn còn có doanh thu bổ sung từ các dịch vụ khác mang lại như dịch vụ vận chuyển, hướng dẫn du lịch, giặt là, bể bơi, massage, xông hơi, spa, hội nghị hội thảo,… Năm 2014 so với năm 2013 doang thu từ dịch vụ bổ sung tăng 126.47% và năm 2015 so với năm 2014 tăng 117.49%.

Khách sạn đã khai thác và phục vụ khá nhiều các dịch vụ để đáp ứng nhu cầu của khách, doanh thu từ các dịch vụ này mặc dù có tăng hàng năm nhưng chưa cao.

Ta thấy tình hình kinh doanh của khách sạn tương đối tốt nhưng trong tương lai khách sạn cần đề ra kế hoạch cụ thể để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của các đối tượng khách khác nhau không chỉ chú trọng khách công vụ mà còn cả khách thuần tuý. Đồng thời cần tạo nên sự khác biệt và đặc trưng của các dịch vụ để tạo ấn tượng sâu sắc với khách hàng và nâng cao hơn nữa chất lượng phục vụ.

2.2.4. Tình hình lợi nhuận của khách sạn

Lợi nhuận của khách sạn là kết quả tài chính cuối cùng của các hoạt động kinh doanh của khách sạn, là chỉ tiêu chất lượng để đánh giá hiệu quả kinh tế của các hoạt động trong khách sạn.

Lợi nhuận của khách sạn là khoản chênh lệch giữa doanh thu của khách sạn và tổng chi phí mà khách sạn bỏ ra để đạt được khoản doanh thu đó.

Hiệu quả kinh doanh của khách sạn được xem xét trên cơ sở mức độ lợi nhuận mà khách sạn có được thông qua hoạt động kinh doanh mỗi năm. Lợi nhuận của khách sạn Nam Cường – Hải Phòng từ năm 2013 đến năm 2015 như sau:

Bảng 6: Lợi nhuận của khách sạn qua các năm 2013 – 2015

(ĐVT: 1.000.000đ)

Năm / Chỉ tiêu	2013	2014	2015	Tốc độ phát triển (%)	
				2014/2013	2015/2014
Tổng doanh thu	23562	28340	31097	120.28	109.73
Tổng chi phí	20055	23875	26192	119.05	109.70
LN trước thuế	3597	4465	4905	124.13	109.85
Thuế TNDN (28%)	1007	1250	1373	124.13	109.84
LN sau thuế	2590	3215	3532	124.13	109.86

(Nguồn: Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng)

Nhìn vào bảng số liệu thống kê và biểu đồ doanh thu, chi phí, lợi nhuận của khách sạn từ năm 2013 đến năm 2015 ta thấy lợi nhuận sau thuế của khách sạn cũng tăng đều các năm. Năm 2014 so với năm 2015 lợi nhuận sau thuế tăng 124.13% tương ứng tăng 625 triệu đồng. Năm 2015 so với năm 2014 lợi nhuận sau thuế tăng 109.86% tương ứng tăng 317 triệu đồng.

Qua đây ta thấy lợi nhuận tăng do doanh thu tăng. Tuy nhiên, chi phí tăng ở mức vừa phải không quá cao, năm 2014 chi phí tăng hơn do khách sạn đầu tư mua sắm thêm một số loại đồ cung cấp cho buồng khách để thay thế các đồ đã hỏng, rách như chăn, ga, vỏ gối, các loại khăn,… và sửa chữa cải tiến lại hệ thống phòng tiệc, mở rộng quy mô phục vụ khách với số lượng từ 200 khách lên đến 280 khách.

Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng luôn chú trọng đầu tư và đổi mới để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng nhằm tăng doanh thu và lợi nhuận cho khách sạn.

2.3. THỰC TRẠNG VỀ CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TẠI KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG HẢI PHÒNG

2.3.1. Thực trạng về cơ sở vật chất của khách sạn

a. Khu vực tiền sảnh

Bộ phận lễ tân là bộ phận hoạt động trung tâm quan trọng nhất của một khách sạn. Sự tiếp xúc của khách và khách sạn trước hết thông qua nhân viên của bộ phận lễ tân, sự cảm nhận, ý kiến của khách về khách sạn, về nhân viên nói chung và về dịch vụ của khách sạn được hình thành chủ yếu bởi ấn tượng của họ đối với bộ phận này.

Bộ phận lễ tân là cầu nối giữa khách và các bộ phận dịch vụ trong khách sạn nhằm cung cấp các sản phẩm, dịch vụ của khách sạn, làm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng.

Bộ phận lễ tân tại khách sạn Nam Cường – Hải Phòng được bố trí tại tầng M của khách sạn với không gian rộng, gam màu xanh chủ đạo biểu trưng cho sự vững mạnh của tập đoàn Nam Cường. Bộ phận lễ tân luôn được bài trí gọn gàng, ngăn nắp,

thể hiện sự chuyên nghiệp của khách sạn.

Trang thiết bị, dụng cụ tại khu vực tiền sảnh bao gồm:

Bảng 7: Trang thiết bị, dụng cụ tại khu vực tiền sảnh

TT	Tên thiết bị	Đơn vị	Số lượng	Ghi chú
1	Quầy lễ tân	Bộ	1	
2	Tủ lưu hồ sơ	Chiếc	2	
3	Bàn, ghế làm việc	Bộ	5	
4	Bàn ghế đệm salon	Bộ	2	
5	Máy vi tính	Bộ	10	
6	Tổng đài trung tâm	Bộ	1	
7	Máy cà thẻ thanh toán	Chiếc	2	
8	Máy đếm tiền	Chiếc	1	
9	Máy in	Chiếc	1	
10	Máy tính tiền	Chiếc	2	
11	Máy bộ đàm	Chiếc	5	
12	Phần mềm quản lý khách sạn	Bộ	1	

(Nguồn: Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng)

Thông qua bảng kê các trang thiết bị, dụng cụ của bộ phận lễ tân ta thấy chủng loại các trang thiết bị, dụng cụ rất đa dạng, phong phú đáp ứng yêu cầu trong hoạt động đón tiếp và phục vụ khách tại quầy lễ tân. Số lượng các trang thiết bị, dụng cụ đủ để phục vụ khách nhưng còn hạn chế. Chất lượng một số thiết bị đã cũ, lạc hậu, nếu phục vụ số lượng khách đông và liên tục thì sẽ không đủ, ảnh hưởng lớn đến tiến độ và chất lượng phục vụ khách.

b. Khu vực lưu trú

Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng được thiết kế 9 tầng, trong đó 5 tầng từ tầng 2 đến tầng 6 dùng để kinh doanh lưu trú với tổng số phòng là 78 phòng nghỉ gồm

các hạng khác nhau (phòng Superrior 30m^2, phòng Deluxe 40m^2, phòng Junior Suite 56m^2, phòng Nam Cương Suite 65m^2) được trang bị đầy đủ tiện nghi, đồng bộ, thuận tiện cho khách sử dụng. Đồng thời các trang thiết bị, dụng cụ cũng đáp ứng đủ công tác làm vệ sinh của nhân viên làm phòng. Để đảm bảo quá trình phục vụ khách lưu trú, khách sạn luôn chú trọng đến việc sắp xếp, bảo quản các trang thiết bị, dụng cụ gọn gàng, ngăn nắp, khoa học và thể hiện tính chuyên nghiệp.

Trang thiết bị, dụng cụ tại khu lưu trú bao gồm:

Bảng 8: Trang thiết bị, dụng cụ tại khu vực lưu trú

TT	Tên thiết bị	Đơn vị	Số lượng	Ghi chú
1	Tivi	Chiếc	98	
2	Đầu đĩa DVD, VCD	Chiếc	98	
3	Tủ minibar	Chiếc	102	
4	Tủ quần áo	Chiếc	82	
5	Tủ kệ nhỏ	Chiếc	88	
6	Bàn ghế làm việc	Bộ	80	
7	Bộ bàn trà	Bộ	82	
8	Giá hành lý	Chiếc	85	
9	Két an toàn	Chiếc	85	
10	Giường đôi	Chiếc	32	
11	Giường đơn	Chiếc	36	
12	Máy sấy tóc	Chiếc	188	
13	Máy hút bụi	Chiếc	12	
14	Máy hút nước	Chiếc	2	
15	Máy giặt thảm	Chiếc	2	
16	Máy đánh sàn	Chiếc	2	

(Nguồn: Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng)

Qua bảng thống kê các trang thiết bị, dụng cụ tại khu vực lưu trú của khách sạn Nam Cường – Hải Phòng ta thấy chủng loại các trang thiết bị, dụng cụ, đồ dùng cung cấp cho khách rất đa dạng, phong phú, đáp ứng nhu cầu của khách trong quá trình khách lưu trú. Số lượng các trang thiết bị, dụng cụ, đồ dùng cung cấp cho khách nhiều được bổ sung thường xuyên và liên tục đảm bảo công tác vệ sinh chu đáo, sạch sẽ đồng thời tạo cảm giác thoải mái cho khách.

Bên cạnh đó, một số trang thiết bị đặc biệt là đồ gỗ, các loại máy móc như máy hút bụi, máy đánh sàn, máy giặt thảm,… đã cũ, công suất sử dụng hạn chế gây nhiều khó khăn cho công tác làm vệ sinh của nhân viên, công tác sửa chữa các loại máy móc phải duy trì thường xuyên, liên tục cũng ảnh hưởng đến tiến độ làm việc. Các trang thiết bị, dụng cụ hàng năm có bổ sung, thay thế nhưng chưa nhiều, chất lượng các thiết bị, dụng cụ cao cấp còn hạn chế, do vậy, cần tăng cường đầu tư để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách hàng.

c. Khu vực nhà hàng

Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng có 02 nhà hàng, 01 quầy bar, 01 phòng tiệc

Nhà hàng ăn Á Shinshin tại tầng 1 với sức chứa hơn 200 khách, phục vụ ăn uống chuyên về các món Á cho khách từ 9^h00 đến 22^h00 hàng ngày. Nhà hàng chuyên phục vụ ăn theo kiểu chọn món cả 3 bữa cho khách lưu trú và khách ngoài.

Tại tầng 1 của khách sạn còn có 01 phòng tiệc với sức chứa khoảng 150 khách. Nơi đây có thể tổ chức các loại tiệc khác nhau như tiệc cưới, liên hoan, hội nghị hội thảo,…

Nhà hàng ăn Âu Light house tại tầng 8 với sức chứa trên 80 khách, phục vụ ăn uống chuyên về các món Âu 24/24h. Đối với bữa sáng nhà hàng phục vụ ăn Buffet, bữa trưa và bữa tối phục vụ theo hình thức ăn chọn món, tại đây khách có thể vừa ăn vừa ngắm cảnh thành phố.

Ngoài ra, quầy bar của khách sạn được bố trí ngay tại tầng M với sức chứa 150 khách. Tại đây khách có thể nghỉ ngơi, thư giãn và thưởng thức các loại đồ uống thơm

ngon tuyệt vời như sinh tố, mocktail, cocktail,…

Trang thiết bị, dụng cụ tại khu vực nhà hàng bao gồm:

Bảng 9: Trang thiết bị, dụng cụ tại khu vực nhà hàng

TT	Tên thiết bị	Đơn vị	Số lượng	Ghi chú
1	Quầy bar	Quầy	1	
2	Tủ đựng dụng cụ phục vụ	Chiếc	12	
3	Bàn chữ nhật	Chiếc	82	
4	Bàn vuông	Chiếc	88	
5	Bàn bán nguyệt	Chiếc	15	
6	Bàn tròn	Chiếc	35	
7	Bàn tiệc chữ nhật	Chiếc	75	
8	Ghế gỗ	Chiếc	284	
9	Ghế đệm	Chiếc	320	
10	Máy rửa chén, ly	Chiếc	2	
11	Máy pha cà phê	Chiếc	2	
12	Máy xay hạt cà phê	Chiếc	2	
13	Máy làm đá viên	Chiếc	1	
14	Máy xay đá	Chiếc	1	
15	Tủ lạnh	Chiếc	5	
16	Máy làm lạnh nước trái cây	Chiếc	6	
17	Máy ép trái cây	Chiếc	2	
18	Máy vắt cam	Chiếc	2	
19	Lồng giữ nóng xúp	Chiếc	6	
20	Lồng giữ nóng thức ăn	Chiếc	18	

(Nguồn: Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng)

Nhìn chung, thông qua bảng kê trang thiết bị, dụng cụ tại khu vực nhà hàng ta thấy với hệ thống thực đơn phong phú và các loại hình phục vụ ăn uống đa dạng, chủng loại, số lượng các thiết bị, dụng cụ trong nhà hàng tương đối đầy đủ đáp ứng yêu cầu phục vụ khách. Chất lượng các trang thiết bị, dụng cụ đẹp, đồng bộ cũng đã tạo nên chất lượng của món ăn, đồ uống.

Tại mỗi khu vực nhà hàng, quầy bar hay phòng tiệc đều được bài trí khoa học, thẩm mỹ với các lọ hoa tươi muôn màu sắc và các kiểu khăn ăn đẹp mắt tạo không khí tươi vui, ấm áp cho khách khi sử dụng dịch vụ ăn uống. Ngoài trang trí đẹp, đội ngũ nhân viên nhà hàng luôn chú trọng chất lượng vệ sinh trong nhà hàng và các thiết bị, dụng cụ phục vụ ăn uống.

Tuy nhiên, để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách cần thay thế một số loại đồ vải trong nhà hàng như khăn trải bàn, khăn ăn,…và các thiết bị phục vụ hội nghị hội thảo như máy chiếu, bảng flipchart.

d. Khu vực dịch vụ bổ sung

Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng có rất nhiều loại dịch vụ bổ sung như dịch vụ vận chuyển, hướng dẫn du lịch, giặt là, bể bơi, xông hơi, massage,… nhưng dịch vụ chăm sóc sức khỏe chiếm ưu thế hơn cả. Có thể nói dịch vụ bổ sung của khách sạn tương đối đa dạng, đáp ứng được nhu cầu của khách trong quá trình khách lưu trú tại khách sạn.

Dịch vụ chăm sóc sức khỏe được bố trí tại tầng 7 của khách sạn với hệ thống trang thiết bị, dụng cụ như sau:

Bảng 10: Trang thiết bị, dụng cụ tại khu vực dịch vụ bổ sung

TT	Tên thiết bị	Đơn vị	Số lượng	Ghi chú
1	Máy chạy bộ	Chiếc	2	
2	Máy rung	Chiếc	2	
3	Máy massage	Chiếc	2	
4	Máy tập đùi	Chiếc	2	
5	Máy xông hơi ướt Amazon	Chiếc	2	
6	Máy xông hơi khô Amazon	Chiếc	2	
7	Bồn tắm massage Amazon	Bộ	5	
8	Ghế gấp thư giãn	Chiếc	12	
9	Giường nằm massage	Chiếc	10	
10	Tạ và đòn tạ	Bộ	6	

(Nguồn: Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng)

Qua bảng kê các trang thiết bị, dụng cụ tại khu vực dịch vụ bổ sung ta thấy khách sạn cũng đã mạnh dạn đầu tư các loại máy móc, thiết bị tương đối đắt tiền với nhiều chức năng khác nhau để đáp ứng nhu cầu của khách. Số lượng các thiết bị chưa nhiều, chất lượng các thiết bị do đã đưa vào sử dụng trong thời gian dài nên cũng đã lạc hậu. Trong thời gian qua khách sạn cũng đã tăng cường quảng cáo, đưa ra các chương trình ưu đãi đặc biệt cùng với sự chăm sóc tận tình, kỹ năng chuyên nghiệp của nhân viên nên dịch vụ bổ sung đã mang lại khoản doanh thu đáng kể.

Để khai thác tối đa các dịch vụ này và đẩy mạnh kinh doanh, đáp ứng nhu cầu thị trường khách sạn cần đầu tư thêm một số thiết bị mới, có nhiều chức năng hơn đặc biệt các thiết bị phục vụ tập yoga.

2.3.2. Thực trạng về đội ngũ nhân viên (lao động)

a. Số lượng nhân viên (lao động) trong khách sạn

Khi nói đến khách sạn là nói đến loại hình kinh doanh đặc biệt mà trong đó nhân

tố con người được nhấn mạnh. Lao động trong kinh doanh khách sạn có những đặc thù riêng so với một số ngành khác:

- Lao động được bố trí theo mức độ chuyên môn hoá cao và tổ chức theo các bộ phận chức năng, có tỷ lệ lao động "sống" cao, chủ yếu là lao động bán thời gian, lao động trẻ tuổi

- Thời gian lao động phụ thuộc vào đặc điểm tiêu dùng của khách, sự chênh lệch trình độ của nhân viên giữa các bộ phận lớn, chịu áp lực lớn về môi trường làm việc

Cụ thể số lượng lao động về giới tính, độ tuổi trong khách sạn từ năm 2013 đến năm 2015 như sau:

Bảng 11: Giới tính, độ tuổi đội ngũ nhân viên của khách sạn

Chỉ tiêu		Năm 2013		Năm 2014		Năm 2015	
		Số lượng	Tỷ lệ%	Số lượng	Tỷ lệ%	Số lượng	Tỷ lệ%
Giới tính	**Nam**	64	45.7	59	43.7	59	46.1
	Nữ	76	54.3	76	56.3	69	53.9
Độ tuổi	**21 – 25**	15	10.7	15	11.1	13	10.2
	26 – 35	48	34.3	47	34.8	47	36.7
	36 - 45	57	40.7	53	39.3	45	35.2
	46 – 55	20	14.3	20	14.8	23	17.9
Tổng		**140**		**135**		**128**	

(Nguồn: Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng)

Qua bảng số liệu về giới tính, độ tuổi nguồn lao động khách sạn Nam Cường – Hải Phòng ta thấy số lượng nhân viên của khách sạn so với quy mô hoạt động của khách sạn thì lượng lao động còn thấp, năm 2013 là 140 nhân viên, năm 2014 là 135 nhân viên và năm 2015 chỉ còn 128 nhân viên. Sự phân công bố trí lao động cho các bộ phận trong khách sạn chưa thực sự hợp lý, lượng lao động tại bộ phận nhà hàng và bộ phần buồng còn ít. Điều này ảnh hưởng lớn đến chất lượng phục vụ khách ở mùa cao

điểm. Ví dụ đối với nhân viên làm buồng theo đúng tiêu chuẩn 1 ca làm việc phải thực hiện vệ sinh 14 buồng/ca nhưng vào mùa cao điểm, một số ngày nhân viên làm buồng phải làm vệ sinh 16 buồng/ca. Hay đối với bộ phận nhà hàng vào thời gian cao điểm có nhiều tiệc cưới, hội nghị phải thuê lượng lao động bên ngoài, điều này cũng gây ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ, do đội ngũ lao động thuê ngoài ít có kinh nghiệm và chuyên môn không cao.

Tỷ lệ lao động nam và nữ tương đối cân bằng, không chênh lệch quá nhiều. Năm 2013 lao động nam chiếm 45.7%, lao động nữ chiếm 54.3%. Năm 2014 lao động nam chiếm 43.7%. lao động nữ chiếm 56.3%. Đến năm 2015 lao động nam chiếm 46.1% và lao động nữ chiếm 53.9%. Như vậy, tỷ lệ lao động nam tương đối ổn định theo các năm, nhưng tỷ lệ lao động nữ lại biến động.

Về độ tuổi lao động ta thấy lao động trong khách sạn ở nhiều độ tuổi khác nhau từ 21 – 55 tuổi. Tuy nhiên, tỷ lệ lao động trẻ chiếm tỷ lệ thấp hơn so với tỷ lệ lao động ở độ tuổi trung niên, độ tuổi từ 21- 35 chiếm tỷ lệ 46.9% và độ tuổi từ 36-55 chiếm tỷ lệ 53.1%. Thực trạng này cho thấy số lao động có độ tuổi cao nhiều sẽ gây khó khăn cho công tác phục vụ khách, ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ bởi lao động trong khách sạn thường phải tiếp xúc với khách đặc biệt là bộ phận buồng, bộ phận nhà hàng và bộ phận spa, masage, xông hơi. Đối với số lao động này họ có ưu thế là có nhiều kinh nghiệm trong công tác phục vụ khách nhưng lại hạn chế trong việc tự học hỏi để nâng cao kiến thức đáp ứng yêu cầu công việc. Đồng thời điều này cũng cho thấy đội ngũ kế cận của khách sạn sẽ hạn chế về số lượng. Để đảm bảo các yêu cầu phục vụ khách, trong thời gian tới khách sạn cần có kế hoạch cụ thể trong tuyển dụng nhân lực.

b. Trình độ chuyên môn nghiệp vụ

Mỗi nhân viên làm việc trong khách sạn đều cần có những yêu cầu cơ bản như: yêu cầu về sức khoẻ, ngoại dáng, kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ, ý thức tổ chức kỷ luật,…Tuy nhiên, yêu cầu về trình độ chuyên môn là một trong những yêu cầu cần thiết nhất.

Trình độ của đội ngũ lao động tại khách sạn Nam Cường – Hải Phòng từ năm 2013 đến năm 2015 như sau:

Bảng 12: Trình độ đội ngũ nhân viên khách sạn

Chỉ tiêu		Năm 2013		Năm 2014		Năm 2015	
		Số lượng	Tỷ lệ%	Số lượng	Tỷ lệ%	Số lượng	Tỷ lệ%
Trình độ	Đại học	31	22.1	31	22.9	33	25.7
	Cao đẳng	19	13.6	19	14.1	17	13.3
	Trung cấp	15	10.7	14	10.4	12	9.4
	Sơ cấp	64	45.7	61	45.2	55	43.0
	THPT	11	7.9	10	7.4	11	8.6
Tổng		140		135		128	

(Nguồn: Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng)

Qua bảng thống kê số liệu về trình độ đội ngũ nhân viên trong khách sạn ta thấy đội ngũ nhân viên trong khách sạn có trình độ không đồng đều. Tỷ lệ trình độ sơ cấp khá cao với 43.0% trong khi trình độ cao đẳng, đại học chiếm tỷ lệ thấp, thậm chí khách sạn còn có lao động ở trình độ trung học phổ thông. Lao động trình độ đại học với tỷ lệ 25.7% nhưng một số được đào tạo theo các chuyên ngành khác không chuyên về du lịch. Đây là những yếu tố làm ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ của khách sạn. Lao động trình độ cao đẳng, trung cấp, sơ cấp, trung học phổ thông thể hiện đội ngũ lao động mới chỉ được trang bị các kiến thức, kỹ năng, thái độ cơ bản trong nghề. Với các kiến thức, kỹ năng phục vụ cao cấp thì phải được đào tạo ở trình độ cao hơn. Như vậy, mỗi cá nhân phải tự học hỏi, tự bồi dưỡng cho riêng mình hoặc các cấp giám sát, trưởng bộ phận phải có kế hoạch đào tạo cho nhân viên của mình để đáp ứng yêu cầu công việc.

Trong tương lai, để bắt kịp với sự phát triển của khoa học kỹ thuật, đổi mới khách sạn, sử dụng các trang thiết bị hiện đại thì với trình độ lực lượng lao động như

hiện nay sẽ khó bắt kịp. Khách sạn cần có kế hoạch cụ thể để đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ lao động cả về chuyên môn nghiệp vụ, kỹ năng giao tiếp và ngoại ngữ đáp ứng yêu cầu trong phục vụ khách đặc biệt là khách quốc tế nhằm duy trì và nâng cao tiêu chuẩn phục vụ của khách sạn. Đồng thời, khách sạn cũng cần lưu ý trong việc thay thế, tuyển dụng đội ngũ nhân viên mới vào làm việc tại khách sạn.

2.3.3. Quy trình phục vụ tại khách sạn

a. Quy trình đặt giữ chỗ, đón tiếp, bố trí phòng nghỉ cho khách

** Tiếp nhận các yêu cầu đặt buồng*

Yêu cầu đặt buồng được nhận thông qua nhiều cách khác nhau (điện thoai, khách trực tiếp đến khách sạn, fax, thư..). Khi nhận được yêu cầu đặt buồng của khách: tên khách, địa chỉ, thời gian lưu trú (ngày đến/đi), số lượng buồng, loại buồng, số lượng khách, các yêu cầu khác về buồng. Qua đó, nhân viên nhận đặt buồng nắm được các thông tin cơ bản về dự định lưu trú của khách để kiểm tra khả năng đáp ứng của khách sạn

** Thuyết phục và thoả thuận đặt buồng với khách (Thông báo chấp nhận hoặc từ chối các yêu cầu đặt buồng)*

Căn cứ vào tình trạng buồng thực tế của khách sạn nhân viên đặt buồng sẽ chấp nhận hoặc từ chối yêu cầu đặt buồng. Nếu có buồng trống thì yêu cầu sẽ được chấp nhận và các chi tiết đặt buồng sẽ được điền vào sổ đặt buồng hoặc hệ thống máy tính.

** Điền các chi tiết đặt buồng vào biểu mẫu:*

Khi yêu cầu đặt buồng được chấp nhận, tất cả các thông tin cần thiết liên quan đến khách hàng và việc lưu trú của họ phải được ghi chép đầy đủ và rõ ràng vào sổ đặt buồng hoặc máy tính. Thông tin cần ghi lại bao gồm: tên khách nghỉ, loại buồng yêu cầu, thời gian lưu trú, giá và các điều kiện áp dụng, thời gian và cách thức đặt buồng, tên và số điện thoại khách đặt, chữ ký của nhân viên đặt buồng, các yêu cầu đặc biệt,…

** Xác nhận đặt buồng với khách:*

Xác nhận đặt buồng là sự ghi nhận bằng văn bản được khách sạn gửi đến cho khách. Nếu từ thời điểm khách đặt buồng đến ngày khách đến là khoảng thời gian ngắn

thì thư xác nhận thông thường không được gửi đi, mặc dù số xác nhận vẫn được ghi nhận. Số xác nhận đặt buồng có thể được sử dụng trong các lần liên lạc tiếp theo có liên quan đến yêu cầu đặt buồng, ví dụ như để thay đổi hoặc huỷ đặt buồng.

** Duy trì các văn bản về đặt buồng (Lưu giữ hồ sơ, xử lý chỉnh sửa, thay đổi hoặc huỷ bỏ và nhận xác nhận lại từ khách)*

Việc duy trì các văn bản về đặt buồng gồm hai hoạt động chính: lưu giữ các văn bản đặt buồng gốc và sửa đổi yêu cầu vì thay đổi các chi tiết về đặt buồng.

Lưu giữ các văn bản đặt buồng gốc: sau khi ghi chép lại các chi tiết về đặt buồng và cập nhật vào bảng buồng trống, phải có một phương pháp hiệu quả để lưu giữ các chi tiết về yêu cầu đặt buồng để dễ dàng tìm kiếm khi cần có các văn bản liên quan đến việc đặt buồng. Các văn bản đặt buồng thường được lưu giữ theo thứ tự thời gian (như theo ngày đến) hoặc tên khách theo thứ tự bảng chữ cái.

Thay đổi yêu cầu đặt buồng: Ngay sau đặt buồng có thể có những yêu cầu về thay đổi hoặc huỷ bỏ đặt buồng. Trong những trường hợp này nhân viên bộ phận đặt buồng phải hoàn thiện mẫu huỷ hoặc sửa đổi yêu cầu và đính kèm vào sổ đặt buồng gốc hoặc văn bản tương tự. Đồng thời phải sửa đổi thông tin trên bảng buồng trống hoặc sửa đổi trên hệ thống máy tính.

** Soạn các báo cáo về đặt buồng (thống kê lượng khách dự kiến trong tuần , ngày)*

Bước cuối cùng trong quy trình đặt buồng là soạn thảo các báo cáo về đặt buồng. Một trong các báo cáo đơn giản nhất là danh sách khách đến và đi hàng ngày do các nhân viên bộ phận đặt buồng soạn thảo.

Các báo cáo khác cung cấp cho ban giám đốc khách sạn các thông tin và dữ liệu để dự báo chính xác hơn công suất buồng, tiềm năng lợi nhuận trong tương lai cũng như thị trường của khách sạn. Các báo cáo này có thể thực hiện hàng tuần, hàng tháng hoặc định kỳ tuỳ theo yêu cầu của khách sạn và khả năng của hệ thống đặt buồng.

** Chào đón khách và xác định tình trạng đặt buồng của khách:*

Chào đón khách theo đúng chính sách của khách sạn và đề nghị giúp đỡ kịp thời

khi khách đến. Sau đó, xác định tình trạng đặt buồng của khách:

- Nếu khách chưa đặt buồng, nhân viên lễ tân tiếp nhận yêu cầu về buồng nghỉ của khách sau đó làm thủ tục nhận buồng cho khách.

- Nếu khách đã đặt buồng, nhân viên lễ tân hỏi các thông tin đã đặt buồng trước của khách, kiểm tra đặt buồng gốc và tiến hành thực hiện các bước tiếp theo.

** Làm thủ tục đăng ký:*

- Mượn giấy tờ tuỳ thân của khách (giấy chứng minh nhân dân - đối với khách Việt Nam, hộ chiếu - đối với khách nước ngoài).

- Yêu cầu khách khai và ký vào phiếu đăng ký khách sạn.

- Xác nhận thông tin trong phiếu đăng ký với việc đặt buồng để đảm bảo sự chính xác các thông tin về khách

- Nếu có sự sai lệch trong thông tin, phải lịch sự hỏi lại khách để làm rõ và sửa chữa những chỗ cần thiết.

Để phân bổ buồng một cách kịp thời, nhân viên lễ tân phải có ngay những thông tin về tình trạng buồng. Ngoài ra, nếu có thể nhân viên lễ tân nên kiểm tra sở thích của khách hoặc các yêu cầu đặc biệt để phân bổ buồng cho khách hợp lý.

Nhân viên lễ tân đề nghị khách xác định lại phương thức và trách nhiệm thanh toán. Nếu khách thanh toán bằng chuyển khoản phải đảm bảo đã có đầy đủ mọi thông tin chính xác về số tài khoản, tên ngân hàng mở tài khoản của khách.

** Trao chìa khóa cho khách và cung cấp thông tin dịch vụ của khách sạn*

- Đưa cho khách chìa khoá buồng và thẻ chìa khoá (nếu có), nhắc khách giữ gìn chìa khoá cẩn thận

- Giới thiệu cho khách biết về các tiện nghi và dịch vụ của khách sạn.

- Mời khách đặt ăn ở nhà hàng và sử dụng các dịch vụ của khách sạn.

- Hỏi xem khách có cần gọi báo thức, đặt báo và các dịch vụ khác hay không.

** Hướng dẫn khách về buồng:*

- Thông báo cho các bộ phận khác biết về việc khách đến.

- Báo cho nhân viên hành lý giúp khách mang hành lý về buồng.
- Chỉ dẫn vị trí của buồng.
- Hướng dẫn khách lối ra thang máy.
- Chúc khách có một kỳ nghỉ thoải mái tại khách sạn.

**Hoàn thiện hồ sơ đăng ký khách sạn:*

- Hoàn thiện hồ sơ đăng ký khách sạn cho khách
- Cập nhật danh sách khách đến
- Làm thủ tục khai báo tạm trú
- Chuyển hồ sơ đăng ký cho thu ngân lễ tân để chuẩn bị hồ sơ thanh toán.

Ngay sau khi làm thủ tục đăng ký, nhân viên lễ tân cần mở tài khoản hay mở hóa đơn khách hàng cho từng khách. Các thông tin về chi phí và thanh toán được lưu trữ trong hệ thống và luôn sẵn sàng để in ra hoặc tham khảo nếu có yêu cầu.

b. Quy trình phục vụ lưu trú

Hoạt động của khu vực phục vụ buồng thường được thực hiện qua 4 giai đoạn, vì vậy giám đốc bộ phận buồng phải trực tiếp điều hành từng giai đoạn để đảm bảo quy trình phục vụ khách:

** Giai đoạn 1: Chuẩn bị buồng trước khi đón khách*

Bộ phận buồng nhận thông báo về số lượng buồng chuẩn bị đón khách, số lượng khách, đối tượng khách, thời gian đi và đến, thời gian lưu trú, yêu cầu đặc biệt từ bộ phận Lễ tân,...

Giám đốc bộ phận buồng/Giám sát viên phục vụ buồng nghỉ chịu trách nhiệm phân công công việc cho nhân viên phục vụ buồng trên cơ sở số lượng buồng đã bán ngày hôm trước, số lượng buồng sẽ bán ngày hôm nay và số lượng nhân viên thực tế trong ca nhằm đảm bảo phân công hợp lý, khoa học, hiệu quả, tránh lãng phí lao động.

Bên cạnh đó, khi thực hiện phân công công việc cần lưu ý đến số lượng buồng, tình trạng từng buồng (buồng đơn, buồng đôi, buồng khách trả, buồng khách đang lưu trú, buồng trống,...) và các công việc phụ khác (vệ sinh kho, hành lang, cầu thang,...) để

đảm bảo sự công bằng giữa các nhân viên.

Thực hiện giao việc rõ ràng trên cơ sở phiếu phân công công việc hàng ngày cho các nhân viên phục vụ buồng để họ phải xác định được họ phải làm gì, làm như thế nào, thực hiện bao lâu chất lượng công việc khi hoàn thành phải như thế nào, sử dụng trang thiết bị, dụng cụ, vật liệu,...

Ngoài việc phân công công việc, Giám sát viên khu vực phục vụ buồng nghỉ phải trực tiếp kiểm tra và phối hợp với nhân viên phục vụ buồng để chuẩn bị đón khách đảm bảo chất lượng buồng sạch sẽ, an toàn, thuận tiện. Cụ thể là kiểm tra công tác vệ sinh buồng, kiểm tra vật phẩm đồ dùng phòng ngủ và phòng vệ sinh, kiểm tra hệ thống điện, nước, kiểm tra đồ uống trong tủ mini bar, kiểm tra chống nóng, chống lạnh buồng ngủ,...

Khi kiểm tra, nếu thấy hệ thống điện, nước và các thiết bị trong buồng khách bị hỏng thì đề nghị sửa chữa kịp thời; nếu thấy bẩn thì yêu cầu nhân viên dọn buồng tiến hành dọn vệ sinh ngay theo trình tự làm vệ sinh phòng ngủ và phòng vệ sinh.

Kiểm tra các vật phẩm đồ dùng thuộc tiêu chuẩn buồng (hoặc theo yêu cầu khách đặt), nếu thiếu yêu cầu nhân viên bổ sung kịp thời, kiểm tra bài trí toàn bộ đảm bảo buồng sạch sẽ, an toàn, thuận tiện. Trường hợp phải bổ sung giường phụ thì chuẩn bị sẵn giường, đồ vải và các đồ dùng đặt thêm.

Sau khi đã kiểm tra và chuẩn bị chu đáo, đảm bảo buồng đúng tiêu chuẩn chất lượng thì báo cho bộ phận Lễ tân qua bảng thông báo tình trạng buồng hoặc máy tính nội bộ, điện thoại.

Trường hợp chuẩn bị buồng cho khách quan trọng, cần bố trí buồng có chất lượng tốt nhất, đảm bảo an ninh tuyệt đối, cần kiểm tra kỹ lưỡng để tránh sai sót, đặt trước các vật dụng, hàng hoá thuộc tiêu chuẩn buồng, các dịch vụ bổ sung khác đồng thời phân công nhân viên có trình độ và kinh nghiệm để phục vụ khách. [11, tr.208]

** Giai đoạn 2: Đón dẫn khách và bàn giao buồng*

Việc đón dẫn và bàn giao buồng cho khách được tiến hành nhanh chóng, tạo

tâm lý thoải mái cho khách. Nhân viên phụ trách đón khách thực hiện như sau:

- Dẫn khách đến đúng buồng mà Lễ tân đã thông báo
- Mở cửa buồng, bật điện, quan sát nhanh toàn bộ rồi mời khách vào.
- Đặt hành lý đúng chỗ quy định.
- Giới thiệu khéo léo về các trang thiết bị với mục đích hướng dẫn, bàn giao và giới thiệu các nội quy, dịch vụ của khách sạn.
- Hỏi khách xem có yêu cầu gì không và đáp ứng kịp thời để tạo sự yên tâm cho khách ngay từ khi mới đến.
- Báo cho khách biết nơi trực buồng hoặc các hình thức liên lạc với bộ phận buồng.
- Bàn giao chìa khoá và chúc khách kỳ nghỉ thú vị
- Chào khách và ra khỏi buồng. [11, tr.211]

** Giai đoạn 3: Phục vụ khách trong thời gian lưu trú*

Hàng ngày, nhân viên dọn buồng căn cứ vào số lượng buồng cần dọn, số lượng khách, các tiêu chuẩn đặt buồng để chuẩn bị rồi đến buồng khách xin phép vào dọn buồng theo đúng quy trình làm vệ sinh buồng khách.

Với buồng khách quan trọng, luôn có nhân viên phục vụ, buổi tối nhân viên chuẩn bị buồng cho khách trước khi ngủ. Khi đến buồng khách, xin phép vào dọn buồng theo đúng quy trình dọn buồng cho khách trước khi ngủ.

Trong thời gian khách lưu trú, nhân viên có thể phục vụ các dịch vụ bổ sung nếu khách yêu cầu. Khi phục vụ, nhân viên phải thực hiện đúng quy trình và ghi hoá đơn dịch vụ để cuối ngày chuyển cho bộ phận Lễ tân tập hợp vào bảng tổng hợp chi phí của khách.

Hàng ngày nhân viên kiểm kê và bổ sung các đồ trong minibar, nếu khách sử dụng đồ uống, lập và ghi vào sổ tổng hợp doanh thu dịch vụ. Ngoài ra, phải kiểm tra, giám sát các loại đồ cung cấp cho buồng khách (đồ vải, văn phòng phẩm, hóa mỹ phẩm,…) và các trang thiết bị, dụng cụ phục vụ buồng khách tránh gây thất thoát, hỏng hóc.

Giám đốc bộ phận buồng/Giám sát viên phục vụ buồng thường xuyên kiểm tra, đôn đốc nhân viên phục vụ buồng phục vụ khách và đáp ứng tối đa yêu cầu của khách trong quá trình lưu trú, nhanh chóng xử lý các tình huống khẩn cấp. [11, tr.212]

** Giai đoạn 4: Nhận bàn giao buồng và tiễn khách*

Việc nhận thông tin khách trả buồng theo kế hoạch hoặc đột xuất do nhân viên tiếp tân thông báo. Nhân viên trực buồng hoặc Trưởng ca tiến hành nhận bàn giao buồng. Khi đó nhân viên tiến hành:

- Chuyển các hoá đơn dịch vụ khách ký nợ cho Lễ tân để lên hoá đơn thanh toán và yêu cầu khách trả lại những dụng cụ mà khách mượn của khách sạn.

- Kiểm tra toàn bộ trang thiết bị xem có hư hỏng hoặc mất mát thì tìm nguyên nhân, lập biên bản và báo cho các bộ phận liên quan kịp thời giải quyết như xác định trách nhiệm, tiến hành sửa chữa, bổ sung. Nếu khách làm mất hoặc hỏng tài sản thì ghi vào sổ theo dõi tài sản bị mất, hỏng và báo cho Lễ tân để thu tiền đền bù theo chính sách của khách sạn.

- Giúp khách bao gói hành lý và nhắc khách tránh quên tài sản. Nhân viên hành lý hoặc nhân viên buồng giúp khách cùng hành lý xuống quầy Lễ tân.

Trong giai đoạn này, Giám sát đốc bộ phận buồng/Giám sát viên phục vụ buồng phải kiểm tra lại công tác kiểm tra của nhân viên và xử lý kịp thời các vấn đề khách làm hư hỏng, mất tài sản và chất lượng phục vụ,…Đặc biệt cần chú ý giám sát quy trình nhận, trả đồ thất lạc của khách, có quyết định chính xác về việc cất giữ, liên lạc và trả đồ cho khách. [11,tr.213]

c. Quy trình phục vụ ăn uống

Nhiệm vụ của hoạt động kinh doanh ăn uống là thực hiện việc bán sản phẩm đến từng khách hàng thông qua hình thức phục vụ trực tiếp. Quá trình phục vụ như sau:

** Giai đoạn 1: Chuẩn bị phục vụ*

Để đảm bảo cho việc phục vụ thuận lợi, giảm thiểu những thiếu sót trong phục vụ, Giám đốc nhà hàng/Trưởng ca trực tiếp giao việc cho từng nhân viên trong nhà

hàng, lưu ý họ về các yêu cầu đặc biệt của khách. Nội dung của công tác chuẩn bị bao gồm: làm vệ sinh phòng ăn, kê xếp bàn ghế theo yêu cầu phục vụ, chuẩn bị dụng cụ, đặt bàn, chuẩn bị cá nhân trước khi đón khách.

Khi công việc chuẩn bị được hoàn tất, Giám đốc nhà hàng/Trưởng ca có trách nhiệm kiểm tra lần cuối trước khi khách tới nhà hàng đảm bảo tất cả những thiếu sót, khiếm khuyết phải được bổ sung và điều chỉnh kịp thời.

** Giai đoạn 2: Đón tiếp khách*

Công việc đón tiếp rất quan trọng vì đón tiếp chu đáo, ân cần sẽ tạo ra ấn tượng tốt ngay từ ban đầu của khách đối với nhà hàng. Ngoài nhiệm vụ đón tiếp, nhân viên cần phải am hiểu món ăn, đồ uống, tập quán ăn uống của các đối tượng khách khác nhau nhằm nâng cao khả năng bán hàng, góp phần tăng doanh thu cho nhà hàng. Việc đón tiếp khách phải được thực hiện theo những nguyên tắc, thông lệ chung và phù hợp với quy trình phục vụ.

** Giai đoạn 3: Tổ chức phục vụ trực tiếp*

Giai đoạn này nhân viên phục vụ có cơ hội tiếp xúc với khách trong thời gian dài để thể hiện các kỹ năng, kỹ xảo phục vụ. Tuy nhiên, Giám đốc nhà hàng/Trưởng ca phải trực tiếp kiểm tra việc phục vụ khách để từ đó có thể đánh giá được trình độ tay nghề của nhân viên và chất lượng phục vụ của nhà hàng về các mặt:

- Thực đơn của nhà hàng, cách phục vụ từng món ăn, các loại nước sốt hoặc gia vị đi kèm,...

- Thái độ đối với khách hàng.

- Tiến độ phục vụ theo yêu cầu của khách nhanh chóng, kịp thời.

- Xử lý các tình huống xảy ra trong quá trình phục vụ.

** Giai đoạn 4: Thanh toán, tiễn khách và thu dọn*

Đây là giai đoạn cuối cùng trong quy trình phục vụ. Để thực hiện tốt nhiệm vụ trong giai đoạn này, Giám đốc nhà hàng/Trưởng ca có thể phối hợp cùng giúp đỡ nhân viên phục vụ cần phải lịch sự khi tiếp xúc với khách, giao tiếp tốt bằng tiếng Việt và

ngoại ngữ, đồng thời tăng cường xin ý kiến khách hàng về chất lượng dịch vụ của nhà hàng. Ngoài ra, Trưởng ca phải kiểm soát chặt chẽ quá trình thanh toán với khách, tránh các hiện tượng tiêu cực

d. Quy trình phục vụ các dịch vụ bổ sung

Dịch vụ bổ sung của khách sạn Nam Cường – Hải Phòng rất đa dạng, phong phú, mỗi loại dịch vụ đều được phục vụ theo tiêu chuẩn cụ thể nhưng nhìn chung cần tuân thủ theo quy trình :

** Giai đoạn 1: Đón khách và tiếp nhận yêu cầu*

Khi khách đến yêu cầu sử dụng dịch vụ, bộ phận lễ tân sẽ trực tiếp giới thiệu và hướng dẫn khách về loại dịch vụ đó như tên dịch vụ, giá cả, thời gian sử dụng dịch vụ, một số yêu cầu khi sử dụng dịch vụ,… Sau khi tìm hiểu nhu cầu của khách, bộ phận lễ tân sẽ trực tiếp đưa khách đến tầng sẽ phục vụ trực tiếp.

Nhân viên phục vụ tại khu vực dịch vụ bổ sung sẽ chào đón khách và tiếp nhận các thông tin cụ thể về loại dịch vụ khách sử dụng và ghi đầy đủ các thông tin của khách vào phiếu sử dụng dịch vụ bao gồm: tên khách, loại dịch vụ sử dụng, thời gian sử dụng, giá cả, các yêu cầu đặc biệt của khách,….Khi đã hoàn tất các thủ tục đăng ký dịch vụ, nhân viên phục vụ đưa cho khách 1 phiếu hoặc vé sử dụng dịch vụ, hướng dẫn cụ thể, cung cấp các đồ dùng cần thiết và lưu ý khách một số yêu cầu về an toàn, vệ sinh trong quá trình sử dụng dịch vụ. Cất trữ và bảo quản một số đồ dùng, tài sản của khách theo đúng quy định của khách sạn.

** Giai đoạn 2: Phục vụ khách*

Trong quá trình khách sử dụng dịch vụ, nhân viên phục vụ ngoài việc phục vụ trực tiếp khách theo tiêu chuẩn từng loại dịch vụ có thể phục vụ thêm một số yêu cầu khác của khách như dịch vụ ăn uống, đọc báo,… nhằm đẩy mạnh việc bán hàng và làm tăng doanh thu cho khách sạn. Nhân viên phục vụ có thể giúp khách hoặc xử lý các yêu cầu thật cần thiết trong quá trình khách sử dụng dịch vụ.

** Giai đoạn 3: Thanh toán và xin ý kiến khách*

Khi khách kết thúc việc sử dụng dịch vụ và yêu cầu thanh toán, nhân viên phục vụ làm hóa đơn thanh toán cho khách đảm bảo hóa đơn được ghi đầy đủ, rõ ràng, chính xác về tên loại, số lượng, giá cả loại dịch vụ khách sử dụng. Hóa đơn được mang cho khách và thanh toán theo hình thức mà khách yêu cầu như tiền mặt, chuyển khoản, thẻ. Trong quá trình thực hiện thanh toán với khách, nhân viên phục vụ có thể xin ý kiến khách về chất lượng phục vụ các loại dịch vụ.

** Giai đoạn 4: Tiễn khách*

Gửi trả lại khách tài sản, đồ dùng cá nhân nếu có. Chào và tiễn khách khi khách ra về, hẹn gặp lại khách trong thời gian sớm nhất và chúc khách những lời chúc tốt đẹp nhất.

2.4. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TẠI KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG – HẢI PHÒNG

Để đánh giá chất lượng phục vụ của khách sạn có rất nhiều phương pháp đánh giá khác nhau như dùng bảng hỏi, gửi thư xin ý kiến, phỏng vấn trực tiếp,… Tuy nhiên, khách sạn Nam Cường – Hải Phòng thường áp dụng phương pháp xin ý kiến khách hàng bằng phiếu thăm dò ý kiến khách hàng. Phiếu xin ý kiến cung cấp cho khách tại bộ phận lễ tân, các bộ phận dịch vụ. Hàng tháng, bộ phận lễ tân của khách sạn có nhiệm vụ tổng hợp toàn bộ phiếu thăm dò ý kiến khách hàng và báo cáo Ban giám đốc. Từ kết quả đó, Ban giám đốc sẽ quyết định khen thưởng kỷ luật cụ thể tới từng bộ phận và có kế hoạch định hướng cho các tháng tiếp theo.

Nhằm đánh giá chính xác hơn chất lượng phục vụ hiện tại của khách sạn, tôi đã tiến hành lấy ý kiến 50 khách hàng ngẫu nhiên khi sử dụng dịch vụ của khách sạn. Kết quả thu thập như sau:

Bảng 13: Tổng hợp ý kiến đánh giá của khách hàng tháng 10 năm 2016

Mức đánh giá / Nội dung	Tốt		Khá		Trung bình		Kém	
	Số lượng	Tỷ lệ%	Số lượng	Tỷ lệ%	Số lượng	Tỷ lệ%	Số lượng	Tỷ lệ%
1. Bộ phận Lễ tân								
- Trang thiết bị, dụng cụ	15	30	18	36	12	24	5	10
- Tác phong, thái độ	22	44	19	38	9	18	3	6
- Cách bài trí	18	36	21	42	9	18	2	4
- Tiến độ phục vụ	17	34	22	44	7	14	4	8
2. Bộ phận Nhà hàng								
- Trang thiết bị, dụng cụ	18	36	22	44	8	16	2	4
- Tác phong, thái độ	27	54	15	30	7	14	1	2
- Chất lượng phục vụ	20	40	17	34	8	16	5	10
- Vệ sinh, an toàn thực phẩm	25	50	17	34	7	14	1	2
3. Bộ phận Buồng								
- Trang thiết bị, dụng cụ	12	24	21	42	8	16	9	18
- Tác phong, thái độ	26	52	18	36	5	10	1	2
- Chất lượng vệ sinh	26	52	21	42	2	4	1	2
- Sự đa dạng của các dịch vụ	18	36	20	40	10	20	2	4
4. Dịch vụ bổ sung								
- Trang thiết bị, dụng cụ	11	22	21	42	13	26	5	10
- Tác phong, thái độ	15	30	25	50	8	16	2	4
- Chất lượng phục vụ	14	28	25	50	10	20	1	2
- Số lượng dịch vụ	10	20	27	54	7	14	6	12

(Nguồn: Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng)

Thông qua bảng tổng hợp số liệu đánh giá của khách về chất lượng phục vụ tại khách sạn ta thấy xét về mọi mặt thì chất lượng phục vụ của khách sạn chưa thực sự toàn diện, chưa được khách đánh giá cao.

Bộ phận lễ tân là bộ phận tiếp xúc trực tiếp với khách và tạo ra ấn tượng ban đầu với khách. Tuy nhiên, số lượng khách đánh giá các mặt đạt loại tốt không nhiều, chủ yếu đạt mức khá và trung bình, thậm chí có cả mức kém. Tiêu chí về trang thiết bị, dụng cụ một số khách đánh giá đã cũ và lạc hậu, đội ngũ nhân viên phục vụ chưa nhanh nhẹn, làm thủ tục đăng ký khách và trả phòng còn chậm,…

Đối với bộ phận nhà hàng kết quả đánh giá cho thấy tiêu chí về tác phong, thái độ của nhân viên cũng như vệ sinh an toàn thực phẩm được đánh giá cao với tỷ lệ trên 50%, nhưng vẫn cần được đầu tư các trang thiết bị, dụng cụ đồng thời cần tăng cường đào tạo, bồi dưỡng đội ngũ nhân viên phục vụ các kỹ năng phục vụ cao cấp nhằm đáp ứng nhu cầu khách hàng.

Đối với bộ phận buồng kết quả đánh giá khẳng định chất lượng vệ sinh buồng khách và tác phong, thái độ phục vụ của nhân viên bộ phận buồng tương đối tốt với tỷ lệ 52%, vẫn tồn tại một số ý kiến đánh giá trung bình, kém nhưng tỷ lệ không nhiều. Điều này cho thấy, khách sạn cũng cần đầu tư để thay thế và bổ sung các trang thiết bị, dụng cụ, đồ dùng trong buồng khách để tạo sự sang trọng, hiện đại hơn, từ đó tạo các dịch vụ cung cấp trong buồng khách đa dạng hơn đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách.

Về các dịch vụ bổ sung của khách sạn phần lớn các ý kiến đánh giá các tiêu chí đạt mức khá, tỷ lệ đánh giá ở mức trung bình và kém còn nhiều. Mặc dù dịch vụ chăm sóc sức khỏe của khách sạn Nam Cường – Hải Phòng trong thời gian qua đã khẳng định được thương hiệu của mình trên thị trường nhưng để bắt kịp với xu thế hiện tại, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách thì khách cũng mở rộng thêm các loại dịch vụ khác như tập yoga, thể dục thẩm mỹ, làm đẹp, hay các phòng hát karaoke, dancing,…với các trang thiết bị, dụng cụ hiện đại phù hợp với từng loại dịch vụ.

Bảng thống kê ý kiến đánh giá của khách cho thấy vấn đề nổi bật khách sạn cần quan tâm để nâng cao chất lượng phục vụ là:

Hệ thống trang thiết bị, dụng cụ tại các bộ phận đặc biệt là các bộ phận dịch vụ đều được đánh giá ở mức khá và trung bình cả về chủng loại, số lượng, chất lượng. Mặc dù hàng năm khách sạn có đầu tư sửa chữa, mua bổ sung các trang thiết bị, dụng cụ nhưng còn nhỏ lẻ, không đồng bộ, chưa chú trọng đến chất lượng, chỉ đảm bảo cung cấp đủ số lượng đáp ứng công tác phục vụ khách. Chủng loại các trang thiết bị, dụng cụ cũng lạc hậu, không phù hợp với xu thế hiện tại.

Đối với các dịch vụ bổ sung, số lượng, chủng loại các dịch vụ còn ít, không phong phú, khả năng đáp ứng nhu cầu của khách hạn chế. Khách sạn chỉ tập trung chủ yếu cung cấp dịch vụ về chăm sóc sức khoẻ như spa, massage, xông hơi,…mà không phát triển, mở rộng các loại dịch vụ khác. Điều này cho thấy diện tích, không gian của khách sạn tương đối hẹp, đội ngũ nhân viên bộ phận tiếp thị và bán hàng chưa năng động tìm hiểu, khai thác thị trường để mở rộng sản phẩm dịch vụ, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách.

Đội ngũ nhân viên phục vụ tại các bộ phận dịch vụ có thái độ niềm nở, thân thiện, phục vụ khách theo đúng quy trình, tiêu chuẩn của tập đoàn. Tuy nhiên, tiêu chuẩn phục vụ mới chỉ đạt ở mức độ cơ bản cho các đối tượng khách thông thường, các kỹ năng phục vụ yêu cầu tiêu chuẩn cao đối với các khách quan trọng, khách có yêu cầu đặc biệt và khả năng chi trả cao còn hạn chế. Tác phong của nhân viên phục vụ ở một số bộ phận dịch vụ còn chậm, ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ khách. Nguyên nhân chính là do bộ tiêu chuẩn phục vụ của tập đoàn không được cập nhật và bổ sung thường xuyên, việc đào tạo bồi dưỡng cho nhân viên tại các bộ phận để nâng cao tay nghề còn ít cả về kiến thức, kỹ năng chuyên môn nghề, kỹ năng giao tiếp ứng xử và ngoại ngữ.

Số lượng các khách quen, khách ở dài hạn của khách sạn đang có chiều hướng giảm dần bởi giá cả các loại dịch vụ của khách sạn tương đối cao, chưa linh hoạt.

Công tác thăm dò ý kiến khách hàng ở tất cả các bộ phận còn hạn chế về số lượng do đội ngũ nhân viên chưa ý thức được tầm quan trọng và chưa thực sự cầu thị trong việc tiếp thu các ý kiến của khách hàng để thay đổi chất lượng phục vụ, đáp ứng yêu cầu ngày càng cao của khách, thu hút khách và giữ vững, uy tín thương hiệu của mình trên thị trường.

Trong quá trình phục vụ khách một số nhân viên chưa linh hoạt, nhanh nhẹn trong xử lý và giải quyết các yêu cầu của khách làm cho khách khó chịu, không hài lòng về chất lượng phục vụ của khách sạn.

Với tất cả những vấn đề trên, khách sạn cần mạnh dạn thay đổi để đáp ứng nhu cầu của khách và giữ vững uy tín, thương hiệu của mình trên thị trường.

CHƯƠNG 3
MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TẠI KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG – HẢI PHÒNG GIAI ĐOẠN 2017 – 2020

3.1. CHIẾN LƯỢC KINH DOANH CỦA KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG GIAI ĐOẠN 2017 - 2020

3.1.1. Môi trường và điều kiện kinh doanh của khách sạn

a. Môi trường bên trong khách sạn

Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng với diện tích rộng trên 700m^2, vị trí địa lý thuận tiện tọa lạc tại trung tâm văn hoá và kinh tế của thành phố Hải Phòng, gần với sân bay Cát Bi và khu du lịch biển Đồ Sơn.

Khách sạn có hệ thống cơ sở hạ tầng kỹ thuật đồng bộ, hiện đại với 4 loại phòng ngủ tiện nghi: Nam Cường Suite, Executive Deluxe, Executive Junior Suite, Executive Superior…đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách. Tất cả những phòng nghỉ đều được đặc biệt trang bị những tiện nghi để làm hài lòng những vị khách khó tính nhất.

Ngoài ra, khách sạn còn có đội ngũ lao động trẻ, tự tin, năng động, luôn phục vụ khách với niềm đam mê đầy nhiệt huyết, luôn tạo cho khách sự hài lòng và ấn tượng tốt đẹp. Với những đặc điểm nổi trội như vậy, khách sạn đã tạo dựng cho mình một vị thế vững mạnh trên thị trường du lịch Hải Phòng cũng như trên cả nước.

Bộ máy tổ chức quản lý và điều hành của khách sạn Nam Cường – Hải Phòng được phân định rõ ràng các chức năng, nhiệm vụ. Với đội ngũ những người có trình độ, có kinh nghiệm trong công tác quản lý chuyên môn của mình, mỗi nhiệm vụ, công việc đều tuân thủ đúng quy trình đó là lập kế hoạch, tổ chức thực hiện, kiểm tra giám sát và đánh giá tổng kết. Ban lãnh đạo khách sạn luôn cố gắng tạo lập môi trường làm việc lành mạnh, thoải mái nhằm phát huy sức sáng tạo, tính tự chủ, năng lực của các bộ phận chuyên môn. Ban lãnh đạo khách sạn cũng luôn đề ra những chủ trương, biện

pháp, phương hướng trong thời gian tiếp theo để từ đó mỗi cá nhân trong khách sạn phải tự định hướng thực hiện và nỗ lực phấn đấu.

Khách sạn đã xây dựng cho mình phong cách làm việc riêng thông qua bảng nội quy, quy chế, tạo sự công bằng hợp lý cho người lao động cả về vật chất lẫn tinh thần, xây dựng một tập thể đoàn kết, vững mạnh đi đầu trong mọi lĩnh vực.

b. Môi trường bên ngoài khách sạn

Cùng sự nghiệp đổi mới của đất nước 30 năm qua và sau 10 năm thực hiện Chiến lược phát triển du lịch, ngành Du lịch đã có nhiều tiến bộ và đạt được những thành tựu đáng ghi nhận. Luật Du lịch năm 2005 khẳng định một bước tiến lớn về khuôn khổ pháp lý. Chiến lược, quy hoạch phát triển du lịch, các chương trình, kế hoạch, đề án, dự án được triển khai rộng khắp trên phạm vi cả nước. Hệ thống quản lý nhà nước về du lịch từ Trung ương tới địa phương không ngừng đổi mới và hoàn thiện cùng với sự hình thành phát huy vai trò của Ban chỉ đạo nhà nước về du lịch. Sự ra đời của Hiệp hội Du lịch Việt Nam, sự trưởng thành và lớn mạnh không ngừng của hệ thống doanh nghiệp du lịch; cơ sở hạ tầng, các trung tâm, điểm đến du lịch, khu nghỉ dưỡng, khách sạn, khu giải trí, các tuyến du lịch, loại hình du lịch đa dạng tạo diện mạo mới và tiền đề quan trọng tạo đà cho du lịch Việt Nam phát triển.

Lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam tăng đều qua các năm, năm 2013 đón 7.572,4 lượt khách, năm 2014 đón 7.874,3 lượt khách và đến năm 2015 đón 7.943,6 lượt khách. Ngoài lượng khách quốc tế, lượng khách nội địa cũng tăng đáng kể, năm 2013 đón 35.000 lượt khách, năm 2014 đón 38.500 lượt khách và đến năm 2015 đón 57.000 lượt khách.

Ngành khách sạn Việt Nam được đánh giá là có cơ sở vật chất tương đối tốt và có rất nhiều khách sạn đạt tiêu chuẩn quốc tế, có nguồn tài nguyên du lịch tự nhiên, tài nguyên du lịch nhân văn phong phú, đa dạng, hấp dẫn và đặc biệt Việt Nam được coi là điểm đến an toàn của các du khách quốc tế.

Như vậy, những kết quả đánh giá thông qua các chỉ tiêu về lượng khách, thu

nhập, tỷ trọng GDP và việc làm đã khẳng định vai trò của ngành Du lịch trong nền kinh tế quốc dân. Ngành Du lịch đã đóng góp quan trọng vào tăng trưởng kinh tế, xoá đói, giảm nghèo, đảm bảo an sinh xã hội, bảo tồn và phát huy giá trị văn hoá, bảo vệ môi trường và giữ vững an ninh, quốc phòng. Bên cạnh những thành tựu đạt được ngành Du lịch còn nhiều hạn chế và bất cập; nhiều khó khăn, trở ngại vẫn chưa được giải quyết thoả đáng; chưa có bước phát triển đột phá để khẳng định thực sự là ngành kinh tế mũi nhọn; kết quả chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế của đất nước, phát triển nhưng vẫn ẩn chứa nhiều nguy cơ, yếu tố thiếu bền vững. Bộ máy tổ chức, con người, kinh nghiệm và hiểu biết về quản lý điều hành kinh doanh khách sạn còn nhiều hạn chế như: sự phối hợp giữa các cấp các ngành trong quản lý chưa thật chặt chẽ, thiếu đồng bộ; mâu thuẫn giữa việc muốn mở cửa thu hút khách du lịch với việc đảm bảo an ninh quốc phòng, giữa việc tăng tốc độ hợp tác du lịch với sự hiểu biết thông tin về đối tác,…

Xu hướng hội nhập, hợp tác, cạnh tranh toàn cầu, giao lưu mở rộng và tăng cường ứng dụng khoa học công nghệ trong nền kinh tế tri thức trên thế giới đang tạo những cơ hội to lớn đồng thời cũng là thách thức đối với phát triển du lịch.

Trước bối cảnh và xu hướng đó, Việt Nam cần phải có Chiến lược phát triển du lịch với quan điểm phát triển đột phá đáp ứng được những yêu cầu mới của thời đại về tính chuyên nghiệp, tính hiện đại, hội nhập, hiệu quả và bền vững tương xứng với tiềm năng của đất nước, đủ sức cạnh tranh trong khu vực và quốc tế. Chiến lược phát triển du lịch đến năm 2020 phải khắc phục được những điểm yếu, hạn chế của giai đoạn vừa qua đồng thời phải tạo bước phát triển mạnh về chiều sâu, lấy chỉ tiêu chất lượng và hiệu quả làm thước đo đánh giá để thực sự trở thành ngành kinh tế mũi nhọn với tính chất hiện đại.

Hải Phòng là thành phố cảng quan trọng, đồng thời cũng là trung tâm kinh tế, văn hoá, y tế, giáo dục, khoa học, thương mại và công nghệ của Vùng duyên hải Bắc Bộ. Hải Phòng còn là một trong 5 thành phố trực thuộc trung ương, đô thị loại 1 trung

tâm cấp quốc gia. Hải Phòng còn là một trong những nơi có tiềm năng du lịch rất lớn với nhiều nét hấp dẫn về kiến trúc, bao gồm kiến trúc truyền thống với các chùa, đình, miếu cổ và kiến trúc tân cổ điển Pháp tọa lạc trên các khu phố cũ. Đồng thời, Hải Phòng hiện đang sở hữu một khu dự trữ sinh quyển thế giới của UNESCO nằm tại Quần đảo Cát Bà, cùng với các bãi tắm và khu nghỉ dưỡng ở Đồ Sơn. Thành phố còn nổi tiếng trong mắt khách du lịch bởi những nét đặc trưng về văn hóa, đặc biệt là ẩm thực và các lễ hội truyền thống. Có thể nói tiềm năng phát triển du lịch Hải Phòng rất lớn.

Tổng cục du lịch Việt Nam đã xác định toàn ngành khách sạn phải phát triển theo hướng chủ đạo:

- Khai thác có hiệu quả hệ thống khách sạn hiện có, phấn đấu công suất sử dụng buồng ngày càng tăng

- Tăng cường dịch vụ và đẩy mạnh chất lượng dịch vụ khách sạn, đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách, góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch của Việt Nam

- Tăng cường công tác quản lý khách sạn, nâng cao chất lượng, trình độ nghiệp vụ của đội ngũ lao động nhằm đưa công tác tổ chức kinh doanh đạt hiệu quả cao

- Đổi mới và tăng cường công tác tiếp thị nhằm đảm bảo nguồn khách ổn định cho từng khách sạn ở từng địa phương, khu vực với các tiềm năng nhất định.

Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020 là kim chỉ nam định hướng cho các ngành, các cấp, các thành phần kinh tế - xã hội, trong đó ngành Du lịch là hạt nhân trong quá trình tổ chức triển khai thực hiện.

3.1.2. Chiến lược kinh doanh của khách sạn Nam Cường

Để tạo ra chiến lược lâu dài khách sạn Nam Cường – Hải Phòng đã xác định thị trường mục tiêu trong giai đoạn 2017 – 2020 như sau:

a. Thị trường mục tiêu

Trong thời gian tới khách sạn Nam Cường – Hải Phòng tiếp tục xác định khách hàng mục tiêu của khách sạn:

- Thứ nhất là khách công vụ, là các nhà đầu tư, chuyên gia nước ngoài có khả năng chi trả cao

- Thứ hai là thị trường khách hội nghị, hội thảo

Thị trường mục tiêu của khách sạn là khách trong nước và quốc tế. Hướng tới khách sạn sẽ mở rộng thị trường để thu hút khách quốc tế đến Việt Nam du lịch.

b. Khả năng cạnh tranh

Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng là một khách sạn 4 sao thuộc tập đoàn Nam Cường với quy mô 78 phòng nghỉ, hệ thống trang thiết bị đồng bộ, đầy đủ. Mặc dù định kỳ hàng năm khách sạn thường xuyên duy trì chế độ sửa chữa, bảo dưỡng nhưng cơ sở vật chất sau hơn 19 năm đi vào hoạt động cũng đã có những tổn thất và hư hỏng đáng kể.

Mối quan hệ giữa khách sạn Nam Cường – Hải Phòng với các công ty lữ hành rất tốt do vậy lượng khách du lịch đi theo đoàn cũng tương đối ổn định. Hơn nữa, khách sạn có thuận lợi lớn đó là hệ thống khách sạn thuộc tập đoàn ở các tỉnh thành phố như Hải Dương, Nam Định, Hà Nội, Phú Quốc,…

Giá cả cũng là yếu tố quan trọng, đóng vai trò quyết định khi mua hàng của người tiêu dùng. Giá cả các dịch vụ tại khách sạn Nam Cường – Hải Phòng luôn linh hoạt thay đổi theo thị trường để đáp ứng nhu cầu của khách.

Ngoài ra, khách sạn luôn nghiên cứu để tìm hiểu đối thủ cạnh tranh trên thị trường Hải Phòng như các khách sạn Pearl River, Avani Hải Phòng Harbour View, Sea Star, Camela,… để có thể xác định vị trí của mình trên thị trường. Từ đó, khách sạn vạch ra kế hoạch và chiến lược phấn đấu thúc đẩy kinh doanh tạo ra sản phẩm có chất lượng tốt đáp ứng yêu cầu của khách hàng, phát huy lợi thế của mình để tăng sức cạnh tranh trên thị trường.

** Điểm mạnh của khách sạn so với các khách sạn cùng hạng trên địa bàn thành phố:*

- Giá cả các sản phẩm dịch vụ của khách sạn tương đối mềm dẻo, linh hoạt phù hợp với khả năng chi trả của các đối tượng khách khác nhau

- Vị trí địa lý đẹp, không khí thoáng mát, thuận lợi cho việc đi lại của khách

- Là điểm dừng chân an toàn cho mọi du khách trong quá trình lưu trú

- Lượng khách hàng năm tương đối ổn định

- Đội ngũ nhân viên phục vụ trẻ, năng động, sáng tạo và tâm huyết với nghề

- Các chế độ đãi ngộ, khuyến khích nhân viên bằng cả vật chất và tinh thần của khách sạn rất tốt như: hàng tháng khách sạn tổ chức sinh nhật cho nhân viên, vinh danh các nhân viên xuất sắc trong tháng, tổ chức các chuyến du lịch trong và ngoài nước cho nhân viên hàng năm

- Các hoạt động thiện nguyện của khách sạn cùng tập đoàn được triển khai rộng khắp trên cả nước và thường xuyên

** Điểm yếu của khách sạn so với các khách sạn cùng hạng trên địa bàn thành phố:*

- Hệ thống cơ sở vật chất của khách sạn chưa được đầu tư nhiều nên chủng loại, chất lượng còn hạn chế, chưa thực sự phù hợp với xu thế hiện tại.

- Số lượng, chủng loại các dịch vụ bổ sung của khách sạn còn ít nên khả năng đáp ứng nhu cầu của khách chưa cao.

Nhìn chung, bên cạnh các điểm mạnh, khách sạn Nam Cường – Hải Phòng cũng còn tồn tại một số hạn chế nhất định. Do vậy, khách sạn cần đặt ra kế hoạch và chiến lược cụ thể để giữ vững điểm mạnh và khắc phục điểm yếu để tăng sức cạnh tranh trên thị trường.

3.2. PHƯƠNG HƯỚNG VÀ MỤC TIÊU CỦA KHÁCH SẠN GIAI ĐOẠN 2017 - 2020

3.2.1. Phương hướng chung trong kinh doanh

Cùng với xu thế phát triển du lịch của cả nước nói chung, du lịch Hải Phòng nói riêng và mục tiêu kinh doanh của tập đoàn Nam Cường, khách sạn Nam Cường – Hải

Phòng đã đề ra một số phương hướng cụ thể trong thời gian tới như sau:

- Đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ, mở rộng và nâng cao chất lượng phục vụ lưu trú, ăn uống và dịch vụ bổ sung, hình thành hệ thống kinh doanh hoàn chỉnh, tạo đà cho doanh nghiệp phát triển bền vững trong những năm tiếp theo

- Tập trung mọi biện pháp nâng cao chất lượng sản phẩm bằng cách nâng cao chất lượng về trang thiết bị và trình độ đội ngũ lao động

- Chỉ đạo thường xuyên, chặt chẽ công tác thị trường, có các biện pháp cụ thể về giá, khuyến mãi, tiếp thị, quảng cáo. Chú trọng chăm sóc khách hàng thường xuyên và tích cực đổi mới, mở rộng thị trường

- Tiếp tục quản lý tài chính đảm bảo đúng nguyên tắc quy định của nhà nước: tận thu, giảm chi, bảo toàn và phát triển vốn

- Đẩy mạnh các phong trào thi đua xây dựng đơn vị, tổ chức giáo dục chính trị tư tưởng cho cán bộ nhân viên thi đua thực hiện tốt nội dung năng suất, chất lượng và hiệu quả. Phát huy sức mạnh của các tổ chức đoàn thể, động viên đội ngũ lao động của khách sạn thường xuyên học tập chuyên môn, ngoại ngữ, lao động giỏi để hoàn thành nhiệm vụ được giao

- Luôn duy trì và giữ vững vệ sinh, an toàn an ninh trong khách sạn đảm bảo sự yên tâm khi khách lưu trú tại khách sạn

3.2.2. Mục tiêu

Để giữ vững uy tín và khẳng định thương hiệu trên thị trường, khách sạn Nam Cường – Hải Phòng cũng đã đặt ra những mục tiêu cơ bản nhằm thu hút khách, mở rộng thị trường, đẩy mạnh hiệu quả kinh doanh khách sạn bằng cách:

- Nâng cấp cơ sở hạ tầng

- Tăng số lượng dịch vụ

- Phục vụ thị trường khách mục tiêu

- Lấy yêu cầu thoả mãn thị trường làm thước đo đánh giá mọi hoạt động cũng như phấn đấu của đội ngũ nhân viên trong khách sạn

Ngoài các mục tiêu trên, khách sạn còn đẩy mạnh thiết lập cơ cấu ngành nghề đa dạng phong phú đặc biệt là dịch vụ bổ sung, đẩy mạnh công tác thị trường tạo động lực phát triển cho các dịch vụ hỗ trợ khác

Tăng cường củng cố lực lượng lao động thông qua biện pháp đào tạo, bồi dưỡng nhằm nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ của nhân viên

Xây dựng các phương án để huy động vốn khi cần

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

Thể hiện thái độ vui vẻ, niềm nở và thân thiện trong quá trình tiếp đón và phục vụ khách

Tổ chức thu thập, lấy ý kiến của khách hàng thường xuyên để nâng cao hơn nữa tiêu chuẩn chất lượng phục vụ khách

3.3. MỘT SỐ BIỆN PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ TẠI KHÁCH SẠN NAM CƯỜNG – HẢI PHÒNG 2017 - 2020

3.3.1. Nhóm các biện pháp với khách sạn Nam Cường – Hải Phòng

3.3.1.1. Đào tạo nhân viên

Đào tạo được hiểu là các hoạt động học tập nhằm giúp cho người lao động có thể thực hiện có hiệu quả hơn chức năng, nhiệm vụ của mình. Đó chính là quá trình học tập làm cho người lao động nắm vững hơn về công việc của mình, là những hoạt động học tập để nâng cao trình độ, kỹ năng của người lao động để thực hiện nhiệm vụ lao động có hiệu quả hơn.

Đội ngũ lao động là nhân tố đóng vai trò quan trọng nhất trong quá trình phục vụ tại khách sạn. Họ là những người sản xuất ra các sản phẩm, dịch vụ trong khách sạn để phục vụ khách. Chính vì vậy, khách sạn phải thường xuyên đào tạo nhân viên để nâng cao trình độ chuyên môn đáp ứng yêu cầu công việc.

Mỗi bộ phận trong khách sạn đều có chuyên môn nghiệp vụ khác nhau, để thực hiện đào tạo có hiệu quả các Giám đốc/trưởng bộ phận cần xây dựng kế hoạch đào tạo

cụ thể. Trong kế hoạch đào tạo cần chỉ rõ mục tiêu đào tạo, thời gian đào tạo, đối tượng đào tạo, nội dung đào tạo, hình thức đào tạo, các trang thiết bị dụng cụ phục vụ đào tạo và dự toán kinh phí nếu có. Công tác đào tạo phải được xác định rõ ràng trên cơ sở các nội dung cụ thể về nội quy quy định của khách sạn, trình độ chuyên môn nghiệp vụ, ý thức tổ chức kỷ luật, ngoại ngữ, kỹ năng giao tiếp, an toàn an ninh (phòng cháy chữa cháy), vệ sinh an toàn thực phẩm,…

Thông thường, đào tạo các nội dung về trình độ chuyên môn nghiệp vụ cơ bản, ý thức tổ chức kỷ luật, kỹ năng giao tiếp do đội ngũ quản lý của khách sạn như Tổ trưởng, Giám sát viên, Giám đốc bộ phận sẽ đảm nhiệm hàng ngày vì đào tạo, bồi dưỡng cho nhân viên chính là nhiệm vụ họ phải thực hiện. Thực hiện đào tạo theo hướng này sẽ tiết kiệm được chi phí đồng thời đảm bảo được tiêu chuẩn của khách sạn và tập đoàn. Một số nội dung nâng cao chuyên môn nghiệp vụ và các kiến thức, kỹ năng mới có thể liên hệ với các trung tâm hoặc trường đào tạo về du lịch để thực hiện.

Bên cạnh đó, các nội dung về nội quy quy định của khách sạn, ngoại ngữ do bộ phận nhân sự đảm nhiệm. Nội quy quy định của khách sạn thường không thực hiện đào tạo thường xuyên mà chỉ đào tạo định kỳ cho các nhân viên mới tuyển dụng vào làm việc tại khách sạn hay khi khách sạn có thay đổi về một số quy định. Việc đào tạo ngoại ngữ cũng tương tự đào tạo chuyên môn, ngoại ngữ cần được đào tạo thường xuyên. Do vậy, khách sạn nên kết hợp với trung tâm ngoại ngữ để thực hiện đào tạo có hiệu quả.

Đối với các nội dung về an ninh an toàn (phòng cháy chữa cháy), vệ sinh an toàn thực phẩm cũng thực hiện đào tạo định kỳ, khách sạn phải thuê các chuyên gia về lĩnh vực này để tiến hành đào tạo theo các quy định chung.

Sau khi kết thúc các đợt đào tạo khách sạn cần tổ chức kiểm tra đánh giá chất lượng đào tạo và năng lực của từng nhân viên.

Tóm lại, đào tạo nhân viên là việc làm cần thiết của khách sạn trong thời kỳ hội nhập nhằm nâng cao chất lượng phục vụ, đáp ứng yêu cầu của khách. Đào tạo nhân

viên giai đoạn 2017 – 2020 khách sạn Nam Cường nên chú trọng đào tạo toàn diện cho các bộ phận đặc biệt là bộ phận dịch vụ như: nhà hàng, lễ tân, buồng, chế biến món ăn để duy trì và phát triển chất lượng đội ngũ nhân viên đảm bảo công tác phục vụ khách.

3.3.1.2. Phát triển đội ngũ nhân viên

Lao động sáng tạo của con người là nhân tố quyết định hiệu quả kinh doanh. Xu thế xây dựng nền kinh tế tri thức đòi hỏi đội ngũ lao động phải có trình độ chuyên môn cao, có năng lực sáng tạo. Vấn đề tuyển dụng, đào tạo, bồi dưỡng và đào tạo lại nhằm thường xuyên nâng cao chất lượng cho đội ngũ lao động là nhiệm vụ mà khách sạn phải hết sức quan tâm.

Song song với đào tạo nhân viên, phát triển đội ngũ nhân viên mạnh cả về số lượng và chất lượng cũng là việc làm hết sức cần thiết đối với khách sạn Nam Cường – Hải Phòng trong thời gian tới.

Vào các tháng cao điểm khách sạn luôn phục vụ số lượng khách đông và liên tục. Trong khi đó số lượng nhân viên trong các bộ phận trực tiếp phục vụ khách như: bộ phận nhà hàng, bộ phận buồng, bộ phận lễ tân và bộ phận chăm sóc sức khỏe cũng còn hạn chế, gây quá tải trong công việc dẫn đến hiệu quả và chất lượng phục vụ khách không đảm bảo.

Để khắc phục vấn đề này, khách sạn cần liên kết với các trường đào tạo về du lịch như Trường Cao đẳng Du lịch Hải Phòng, Đại học Hải Phòng, Đại học Dân lập Hải Phòng,... để thuê lao động thời vụ hoặc tạo điều kiện cho đội ngũ sinh viên thực tập tại khách sạn, như vậy sẽ làm giảm được sự quá tải công việc cho nhân viên.

Bên cạnh đó, vào mùa thấp điểm bộ phận nhà hàng, bộ phận buồng có thể tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng về nghiệp vụ chuyên môn cơ bản cho một số nhân viên của các bộ phận khác để có thể vào mùa cao điểm họ sẽ hỗ trợ phục vụ khi cần thiết.

Ngoài việc phát triển nhân viên để đảm bảo đáp ứng số lượng công việc thì khách sạn cũng cần quan tâm đến chất lượng công việc. Tỷ lệ lao động ở độ tuổi cao, có nhiều kinh nghiệm của khách sạn tương đối nhiều cho nên khách sạn cần có kế hoạch lâu dài cho việc phát triển nhân viên ở độ tuổi trẻ để có đội ngũ nhân viên kế cận kịp thời.

Kết hợp phát triển nhân viên cả về số lượng và chất lượng là cần thiết đối với khách sạn Nam Cường trong thời gian tới.

3.3.1.3. Đầu tư, hoàn thiện cơ sở vật chất kỹ thuật đồng bộ, hiện đại

Cơ sở vật chất kỹ thuật của các khách sạn là toàn bộ những tư liệu lao động của khách sạn tham gia vào nhiều quá trình sản xuất và bán các sản phẩm, dịch vụ cho khách nhằm thoả mãn các nhu cầu của họ.

Cơ sở vật chất kỹ thuật có một vai trò rất quan trọng trong hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp nói chung và trong hoạt động kinh doanh khách sạn nói riêng. Cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn là yếu tố cơ bản quyết định việc lựa chọn các loại sản phẩm (số lượng, chủng loại, chất lượng), phương hướng kinh doanh của khách sạn, thị trường khách hàng mục tiêu, loại và hạng khách sạn.

Nhận thức rõ được điều đó, trong những năm qua khách sạn Nam Cường – Hải Phòng cũng đã và đang thực hiện sửa chữa, bảo dưỡng hệ thống cơ sở vật chất của khách sạn. Tuy nhiên, do công tác sửa chữa, bảo dưỡng còn hạn chế, nhỏ lẻ nên chất lượng cơ sở vật chất của khách sạn chưa thực sự đồng bộ ảnh hưởng lớn đến chất lượng dịch vụ.

Việc đầu tư vốn để xây dựng, cải tạo và nâng cấp hệ thống trang thiết bị tiện nghi cần phải được tính toán kỹ trên cơ sở nghiên cứu về đặc điểm nguồn khách, quy mô khách và thị trường mục tiêu. Để đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách, trong thời gian tới việc nâng cấp, cải tạo hệ thống cơ sở vật chất trong khách sạn là việc làm cần thiết. Khách sạn phải lập kế hoạch cụ thể sửa chữa, cải tạo và nâng cấp cho từng hạng mục.

Đối với dịch vụ lưu trú để đáp ứng nhu cầu thị trường và nhu cầu đổi mới, khách sạn cần:

- Cải tạo lại các phòng nghỉ để nâng cấp thành các phòng có chất lượng cao hơn phục vụ vì số lượng phòng cao cấp của khách sạn tương đối ít

- Thay thế một số loại đồ gỗ đã sử dụng quá lâu trong phòng như: kệ ti vi, bàn

ghế, giá để hành lý,...

- Thay thảm tất cả các phòng do thảm đã quá cũ về kiểu dáng, không đảm bảo chất lượng vệ sinh, gây mùi khó chịu trong phòng

- Thay các loại khăn trong phòng tắm để đảm bảo chất lượng vệ sinh và mang lại cảm giác thoải mái khi khách sử dụng

- Thay đổi kiểu dáng, mẫu mã các đồ amenities (đồ hóa mỹ phẩm cung cấp cho khách) trong phòng tắm như bộ bàn chải đánh răng, dao cạo râu, bộ kim chỉ may vá, dầu tắm, dầu gội,... để tạo sự mới mẻ cho khách

Đối với dịch vụ ăn uống và tổ chức sự kiện, khách sạn cần:

- Cải tạo để mở rộng phòng tiệc thông thoáng hơn, sức chứa tăng hơn để đáp ứng nhu cầu tổ chức tiệc với số lượng khách đông

- Thay thảm phòng tiệc để đảm bảo chất lượng vệ sinh

- Bổ sung thêm các trang thiết bị phòng tiệc như bàn ghế, bảng flipchart, các đồ trang trí trong tiệc cưới,…)

- Bổ sung thêm các thiết bị, dụng cụ phục vụ ăn uống đặc biệt dụng cụ phục vụ ăn Âu như dao, dĩa, thìa và máy pha cà phê đa chức năng cho quầy bar

Bên cạnh đó, dịch vụ chăm sóc sức khỏe cũng cần được đầu tư thêm:

- Bổ sung thêm các thiết bị, dụng cụ phục vụ tập Yoga vì nhu cầu của khách về sử dụng loại dịch vụ này đang tăng nhanh

- Cải tạo và lắp đặt thiết bị tắm nóng tại bể bơi để có thể phục vụ khách quanh năm. Đây là mô hình mới hiện nay trên địa bàn Hải Phòng chưa có khách sạn nào áp dụng

Ngoài việc chú trọng sửa chữa, nâng cấp cho các bộ phận dịch vụ, khách sạn cũng cần trang bị thêm máy vi tính cho các bộ phận hành chính, hoàn thiện hệ thống thông tin và họng cứu hỏa cho hệ thống phòng cháy chữa cháy toàn khách sạn, cải tạo khu nhà ăn của nhân viên cho thoáng mát hơn.

3.3.1.4. Xây dựng, duy trì và hoàn thiện bộ tiêu chuẩn phục vụ

Hiện nay, quy trình và tiêu chuẩn phục vụ khách tại các bộ phận của khách sạn Nam Cường – Hải Phòng đã đảm bảo được các tiêu chuẩn cơ bản trong phục vụ. Nhân viên các bộ phận được đào tạo bài bản theo đúng quy trình của tập đoàn đề ra.

Tuy nhiên, do quy trình phục vụ phụ thuộc mạnh mẽ vào cơ cấu khách như: nguồn gốc dân tộc, khả năng thanh toán, độ tuổi, giới tính, nghề nghiệp, sở thích,… của khách nên ngoài việc duy trì các tiêu chuẩn cơ bản đó, khách sạn cần tăng cường xin ý kiến khách hàng để xác định được nhu cầu ngày càng cao của khách, bởi khách hàng là người được trải nghiệm nhiều, họ có kinh nghiệm để góp ý cho chúng ta. Trên cơ sở đó, Trưởng/Giám đốc các bộ phận sẽ linh hoạt điều chỉnh các tiêu chuẩn cho phù hợp với yêu cầu của khách. Tiêu chuẩn phải được phổ biến cụ thể và rộng rãi tới từng nhân viên

Để duy trì tiêu chuẩn phục vụ tốt ngoài sự tự giác, cố gắng của mỗi nhân viên thì đội ngũ quản lý là các Trưởng/Giám đốc bộ phận cũng đóng vai trò rất quan trọng. Bên cạnh việc đào tạo, hướng dẫn theo kế hoạch các Trưởng/Giám đốc bộ phận cần thường xuyên kiểm tra, giám sát quá trình phục vụ khách của nhân viên nhằm ngăn ngừa và hạn chế các sai sót trong từng khâu.

3.3.1.5. Đa dạng hóa các dịch vụ bổ sung trong quá trình phục vụ khách

Sản phẩm dịch vụ trong khách sạn càng đa dạng càng làm tăng khả năng cạnh tranh, thu hút khách. Hiện nay, khách sạn Nam Cường – Hải Phòng như một thành phố thu nhỏ bởi nơi đây có nhiều loại dịch vụ, nơi khách hàng thỏa mãn các nhu cầu ăn, nghỉ,… đến các nhu cầu sinh hoạt khác.

Tuy nhiên, để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách đồng thời mở rộng thị trường, thu hút khách trong thời kỳ hội nhập, khách sạn Nam Cường – Hải Phòng cần bổ sung thêm các loại dịch vụ khác như sau:

Đối với dịch vụ lưu trú, khách sạn cần bổ sung thêm các đồ ăn uống trong minibar như đồ ăn nhẹ, rượu và dịch vụ phục vụ ăn uống tại phòng.

Đối với dịch vụ ăn uống cần xây dựng thực đơn phong phú hơn để khách lựa chọn, ngoài các món ăn đặc sản cần bổ sung thêm các món ăn chay, ăn kiêng,…Thực đơn nên thường xuyên thay đổi, chú ý sưu tầm các món ăn độc đáo có thể phục vụ cho đông đảo đối tượng khách. Đặc biệt khách hàng mục tiêu của khách sạn là khách công vụ trong đó có rất nhiều chuyên gia người Nhật, khách sạn nên nghiên cứu để mở thêm nhà hàng ăn chuyên về đồ Nhật.

Tại quầy bar của khách sạn, chủng loại các đồ uống phục vụ khách tương đối ít chủ yếu là các loại trà, nước ép hoa quả, sinh tố và mocktail, do đó, cần bổ sung thêm nhiều loại đồ uống để khách hàng có thêm sự lựa chọn như các loại cà phê, cocktail,… Vào các ngày cuối tuần, ngày lễ tại quầy bar ngoài cung cấp đồ uống, để tạo cảm giác thư giãn và mới lạ cho khách, khách sạn nên tổ chức thêm các buổi ca nhạc, trình diễn thời trang hay biểu diễn pha chế.

Về dịch vụ cho thuê phòng họp, hội nghị - hội thảo là mảng kinh doanh mang lại nguồn thu khá cao cho khách sạn. Tuy nhiên, khách sạn nên bổ sung thêm một số dịch vụ đáp ứng yêu cầu của khách như: phiên dịch, thư ký,…

Về dịch vụ chăm sóc sức khỏe mặc dù khách sạn có thế mạnh về dịch vụ massage, xông hơi, spa nhưng hiện nay trên thị trường thiên hướng nhiều về việc tập yoga. Do vậy, khách sạn cũng cần xem xét để mở thêm loại dịch vụ này.

Như vậy, có thể thấy việc đa dạng hóa các dịch vụ không những đáp ứng yêu cầu của khách hàng mà còn làm tăng doanh thu cho khách sạn. Tuy không lớn như dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống nhưng mục đích chính là để tăng sức cạnh tranh, tăng sức hấp dẫn nhằm thu hút khách và kéo dài thời gian lưu trú của khách tại khách sạn, đáp ứng tối đa việc phục vụ khách.

3.3.1.6. Tăng cường mối quan hệ với các công ty/hãng lữ hành

Trong những năm qua, ban lãnh đạo khách sạn cùng bộ phận kinh doanh và bán hàng cũng đã luôn tạo được mối quan hệ tốt đẹp với các khu công nghiệp trên địa bàn thành phố, với các công ty kinh doanh trên cả nước để thu hút khách. Tuy nhiên, để

đảm bảo giữ chân được các khách hàng thường xuyên (khách công vụ) và tăng số lượng khách du lịch theo đoàn trong thời gian tới khách sạn cần duy trì tốt các mối quan hệ sẵn có đồng thời tăng cường mối quan hệ hợp tác với các công ty/hãng lữ hành trên phạm vi toàn quốc đặc biệt các hãng có tên tuổi như Viettravel, Vinatour, Haivenu Travel, Aurora Travel,…để thu hút lượng lớn khách du lịch quốc tế và nội địa. Tăng cường liên hệ với các công ty/hãng lữ hành bằng mọi phương tiện có thể, tạo được các sản phẩm dịch vụ độc đáo và có các chế độ ưu đãi phù hợp cho họ. Đây chính là cách tốt nhất làm tăng số lượng khách, tăng doanh thu và lợi nhuận cho khách sạn.

3.3.2. Các biện pháp hỗ trợ khác

3.3.2.1. Giá cả

Giá cả đóng vai trò quan trọng, nó tác động đến tâm lý của khách. Giá cả là điều quan tâm hàng đầu đối với những khách hàng có khả năng chi trả thấp hoặc những người có thu nhập cao những tiết kiệm trong chi tiêu. Một số khách khác không quan tâm đến giá cả mà chỉ quan tâm đến vị trí thuận lợi đối với nhu cầu công việc của họ hoặc những tiện nghi, dịch vụ thỏa mãn yêu cầu của họ trong quá trình lưu trú tại khách sạn.

Tuy nhiên, trong giai đoạn cạnh tranh hiện nay muốn thu hút và giữ chân được nhiều đối tượng khách khác nhau, khách sạn Nam Cường – Hải Phòng cần quan tâm đến một số vấn đề về giá cả như sau:

- Tránh tình trạng đưa ra giá dịch vụ tùy tiện cần đưa ra mức giá trần, giá sàn cho phù hợp với từng thời kỳ kinh doanh

- Vào thời điểm mùa vắng khách hoặc các dịp lễ tết cần điều chỉnh giảm mức giá để tạo cảm giác phấn khởi cho khách

- Đối với những khách đặc biệt, khách quen, khách ở lâu dài của khách sạn nên áp dụng các hình thức khuyến mãi như giảm giá, cung cấp thẻ VIP, tặng quà,…

3.3.2.2. Quảng cáo

Quảng cáo là công cụ truyền thông được sử dụng khá phổ biến. Thực chất của

hoạt động quảng cáo là đưa những thông tin về sản phẩm, dịch vụ của khách sạn đến với khách hàng nhằm mục đích tăng cường sự hiểu biết của khách hàng đồng thời kích thích việc lựa chọn và sử dụng sản phẩm dịch vụ của khách hàng.

Trong nhiều năm qua khách sạn Nam Cường – Hải Phòng đã áp dụng nhiều hình thức quảng cáo khác nhau như treo băng dôn, qua mạng internet, phát tờ rơi tập gấp,… Đây là những cách quảng cáo truyền thống và phổ biến nhất mà tất cả các khách sạn thường áp dụng.

Tuy nhiên, trong giai đoạn hiện nay các hình thức quảng cáo trên không mang lại hiệu quả cao và thu hút khách hàng nữa vì có quá nhiều thông tin khác nhau. Điều khách hàng luôn quan tâm hiện nay chính là chất lượng phục vụ bao gồm nhiều yếu tố hợp thành như cơ sở vật chất, chất lượng sản phẩm dịch vụ, thái độ, tác phong phục vụ của nhân viên,… Tất cả những điều đó được làm nên bởi yếu tố con người, đó là đội ngũ lao động. Khi khách hàng sử dụng dịch vụ của chúng ta và họ cảm thấy hài lòng, họ chính là người quảng cáo hữu hiệu nhất cho khách sạn mà không tốn kém chi phí. Vì vậy, mỗi nhân viên trong khách sạn từ Ban giám đốc khách sạn, các Trưởng/Giám đốc bộ phận đến các nhân viên phải ý thức được vai trò, trách nhiệm của mình để phục vụ khách hàng một cách tốt nhất.

3.3.2.3. Lắng nghe và giải quyết kịp thời những phàn nàn của khách

Phàn nàn là khi khách không thoả mãn những yêu cầu mà họ đặt ra, khách sạn không đáp ứng được những nhu cầu của khách. Có rất nhiều nguyên nhân khiến khách phàn nàn như chất lượng phục vụ, chất lượng dịch vụ, trang thiết bị dụng cụ,...Mỗi loại phàn nàn, mỗi khách hàng đều có cách xử lý khác nhau nhưng đều tuân thủ theo đúng quy trình như sau:

** Tiếp thu ý kiến khách hàng:*

- Khi khách phàn nàn, lắng nghe để nắm rõ sự việc. Nếu cần thiết ghi lại các thông tin mà khách phàn nàn và cố gắng tìm ra nguyên nhân.

- Tách biệt người khách phàn nàn ra khỏi chỗ đông người.

- Không ngắt lời khách trong khi khách nói, không được phản đối hay tỏ thái độ thờ ơ, thể hiện thái độ cầu thị, tôn trọng và lịch sự.

- Để tiếp thu ý kiến khách hàng một cách cẩn thận và chu đáo người phục vụ cần chuẩn bị cho mình đầy đủ các phương tiện, vật liệu cần thiết (sổ ghi chép, giấy bút). Cần có kiến thức về văn hoá giao tiếp, hiểu được các nguyên tắc cơ bản về tâm lý, hiểu được phong tục tập quán và đặc điểm của các đối tượng khách hàng.

- Biết lắng nghe và thông cảm với ý kiến khách hàng, chủ động, tự tin trong mọi tình huống. Thái độ lịch sự, chân thật, tự tin và tránh e ngại

** Giải quyết và đáp ứng yêu cầu của khách:*

- Khi khách trình bày xong, từ tốn xin lỗi khách, tỏ ra thông cảm với khách bằng những lời nói chân thành. Cho dù khách sai hay đúng cũng không được cãi lý với khách, không được đổ lỗi cho người khác.

- Tập trung vào vấn đề nhưng không nên đưa ra bất cứ lời bình luận nào. Nếu gặp khách nóng tính hãy giữ bình tĩnh, không xúc phạm cá nhân khách. Luôn nhớ: "Khách hàng luôn luôn đúng".

- Nhắc lại sự việc hay ghi lại tóm tắt lời phàn nàn của khách.

- Đưa ra hướng giải quyết với nhiều phương án để khách lựa chọn.

** Báo cáo thông tin cho người có trách nhiệm:*

- Báo đầy đủ, chính xác, trung thực các thông tin. Đề xuất biện pháp giải quyết và tiết kiệm thời gian, không được hứa điều gì nằm ngoài quyền hạn của mình.

- Nếu không giải quyết được nhân viên phải hẹn thời gian chính xác cho khách gặp người quản lý có thẩm quyền giải quyết.

** Thông báo cho khách hàng:*

Liên lạc và phản hồi lại thông tin cho khách hàng trong thời gian sớm nhất. Thông báo một cách cụ thể, trung thực. Nói với khách thời gian cụ thể, chính xác vấn đề sẽ được giải quyết, nếu như vấn đề khách đặt ra đòi hỏi phải có sự hợp tác hoặc có sự liên quan đến các bộ phận khác mà cần có thời gian để giải quyết.

- Kiểm tra xem khách có thoả mãn hay không

- Cảm ơn khách về những gì họ đã thẳng thắn nói ra với bạn, liên lạc với khách: gọi điện hay viết thư cho khách để cảm ơn khách đã nói những điều khách chưa hài lòng để khách có cơ hội sửa chữa và đồng thời thể hiện sự quan tâm đến khách hàng.

Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng mặc dù trong quá trình phục vụ khách luôn thực hiện theo đúng quy trình và tiêu chuẩn nhưng không tránh khỏi sai sót. Do vậy, để đảm bảo chất lượng phục vụ khách, làm hài lòng mọi khách hàng, giải quyết kịp thời những phàn nàn của khách trong thời gian tới khách sạn cần:

- Thực hiện phương châm: *"Làm đúng ngay từ đầu và ấn tượng đầu tiên là ấn tượng quan trọng nhất"*. Điều này có nghĩa mỗi nhân viên khi thực hiện công việc của mình cần chuẩn bị đầy đủ hành trang các kiến thức, kỹ năng, thái độ cần thiết của nghề để áp dụng phục vụ khách. Khi đón khách ngay từ phút ban đầu phải luôn tỏ thái độ lịch sự, thân thiện, tạo cho khách cảm giác thoải mái được chào đón, được trân trọng.

- Giám đốc/Trưởng các bộ phận luôn kèm cặp, kiểm tra, đôn đốc nhân viên bộ phận mình thực hiện tốt các nội quy, quy định của khách sạn, phục vụ khách theo đúng tiêu chuẩn và quy trình đã ban hành, không tùy tiện cắt bớt công đoạn,...

3.3.2.4. Thăm dò mức độ hài lòng của khách hàng

Thăm dò mức độ hài lòng của khách hàng khi sử dụng dịch vụ tại khách sạn là việc làm cần thiết. Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng cũng đã tổ chức lấy ý kiến khách hàng bằng phiếu nhận xét, góp ý và xin ý kiến khách thông qua mạng internet. Tuy nhiên, để tiếp thu được nhiều ý kiến của khách hàng hơn nũa, thu lại được những ý kiến đóng góp hay để từ đó khách sạn biết được điểm yếu, điểm mạnh của mình mà điều chỉnh cho phù hợp. Trong thời gian tới để đáp ứng yêu cầu của khách, nâng cao chất lượng dịch vụ, thu hút khách, khách sạn Nam Cường – Hải Phòng cần:

- Thiết kế lại mẫu phiếu cho phù hợp với yêu cầu và chất lượng phục vụ tại mỗi bộ phận trong khách sạn bởi hiện nay khách sạn vẫn sử dụng mẫu phiếu chung

- Giám đốc/Trưởng các bộ phận cần quán triệt và chỉ rõ cho đội ngũ nhân viên

của mình hiểu rõ trách nhiệm, quyền lợi khi thực hiện thăm dò lấy ý kiến khách hàng

- Ban lãnh đạo khách sạn cần đưa ra quy định cụ thể đối với các nhân viên không chấp hành nghiêm túc việc lấy ý kiến khách hàng, một số nhân viên hủy các phiếu thăm dò có ý kiến đánh giá không tốt về thái độ phục vụ

- Tích cực lấy ý kiến khách hàng ở mọi lúc mọi nơi trong khách sạn và coi đó là một nhiệm vụ phải thực hiện./

KẾT LUẬN

Trong những năm vừa qua mặc dù hoạt động trong điều kiện còn nhiều khó khăn nhưng Khách sạn Nam Cường Hải Phòng đã nỗ lực vươn lên và đạt được nhiều thành tích đáng khích lệ. Khách sạn thực hiện tốt việc phục vụ khách và nâng cao hiệu quả kinh doanh hàng năm. Tin rằng trong thời gian tới, với khả năng của Tập đoàn nói chung, khách sạn nói riêng và sự tạo điều kiện từ các cấp, các ngành, khách sạn sẽ đạt nhiều thành quả hơn nữa.

Trên cơ sở tổng hợp, phân tích và so sánh các số liệu một cách khoa học tình hình kinh doanh của Khách sạn Nam Cường Hải Phòng giai đoạn năm 2013 – 2015. Đề tài luận văn "Một số biện pháp nâng cao chất lượng phục vụ tại khách sạn Nam Cường Hải Phòng" đã hoàn thành những nội dung cơ bản sau:

Về mặt lý luận:

Đề tài đã hệ thống hóa những lý luận chung về chất lượng phục vụ và nâng cao chất lượng phục vụ trong khách sạn

Về mặt thực tiễn:

Đề tài đã phản ánh đầy đủ, khách quan về thực trạng chất lượng phục vụ tại khách sạn Nam Cường Hải Phòng giai đoạn 2013 – 2015. Phân tích đánh giá và tập trung đi sâu nghiên cứu tình hình khách, đặc điểm nguồn khách, doanh thu, lợi nhuận, cơ sở vật chất, đội ngũ nhân viên và quy trình tiêu chuẩn phục vụ của khách sạn

Đề tài đã đánh giá được ưu, nhược điểm về chất lượng phục vụ của khách sạn Nam Cường Hải Phòng giai đoạn 2013 – 2015

Đối chiếu lý luận chung với thực tiễn, luận văn đã đưa ra một số biện pháp để tồn tại và phát triển trên thị trường đầy biến động và cạnh tranh gay gắt, cũng như muốn giữ vững vị trí hiện có, lưu giữ khách, tạo được niềm tin đối với khách hàng, khách sạn Nam Cường – Hải Phòng cần chuẩn bị nhiều mặt:

- Tiếp tục hoàn thiện cơ sở vật chất kỹ thuật, trang thiết bị tiện nghi phục vụ

trong khách sạn

- Tăng cường mở rộng các loại hình dịch vụ đáp ứng nhu cầu khách
- Duy trì tiêu chuẩn chất lượng phục vụ và nâng cao trình độ cho đội ngũ nhân viên
- Tạo ra được sự độc đáo trong quá trình phục vụ khách

Nhận thức được tầm quan trọng của chất lượng phục vụ đối với hiệu quả kinh doanh là điều vô cùng quan trọng. Từ đó khách sạn Nam Cường – Hải Phòng phải cố gắng tìm ra các giải pháp riêng, tạo ra hướng đi riêng nhằm tăng cường lòng tin, khẳng định vị thế của mình trên thị trường đồng thời góp phần phát triển tập đoàn Nam Cường nói riêng và Hải Phòng nói chung.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. PGS. TS. Nguyễn Văn Đính, ThS Hoàng Lan Hương (2003), *Giáo trình công nghệ phục vụ trong khách sạn nhà hàng*, NXB Lao động – Xã hội, Hà Nội.

2. PGS. TS. Hoàng Văn Hải (2014), *Ra quyết định quản trị*, NXB Đại học quốc gia Hà Nội

3. PGS. TS. Hoàng Văn Hải (2015), *Quản trị chiến lược*, NXB Đại học quốc gia Hà Nội

4. Hiệp hội du lịch TP. Hồ Chí Minh (1997), *Quản lý khách sạn,* NXB TP. HCM.

5. PTS. Trần Nhạn*, Du lịch và kinh doanh du lịch*, NXB Văn hoá thông tin

6. PGS.TS. Nguyễn Văn Mạnh, TS Hoàng Thị Lan Hương (2013), *Giáo trình Quản trị kinh doanh khách sạn*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, Hà Nội.

7. Lục Bội Minh (1998), *Quản lý khách sạn hiện đại,* NXB Chính trị Quốc gia.

8. Hoàng Phê (2013), *Từ điển tiếng Việt,* NXB từ điển bách khoa.

9. Nghiêm Sĩ Thường (2012), *Cơ sở quản lý tài chính,* NXB Giáo dục Việt Nam, Hà Nội.

10. Lê Văn Tâm, Ngô Kim Thanh (2004), *Quản trị nhân lực*, NXB Lao động - Xã hội, Hà Nội.

11. Nguyễn Thị Hợp (2014), *Giáo trình Quản trị khách sạn (Dự án Lux),* NXB Giáo dục Việt Nam, Hà Nội.

12. Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng (2013), *Báo cáo kinh doanh và phương hướng hoạt động của khách sạn*.

13. Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng (2014), *Báo cáo kinh doanh và phương hướng hoạt động của khách sạn*.

14. Khách sạn Nam Cường – Hải Phòng (2015), *Báo cáo kinh doanh và phương hướng hoạt động của khách sạn*.

15. Hoàng Thiện Sơn, Chuyên đề tốt nghiệp *"Các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn Công đoàn Thanh Bình"*

16. Trần Thị Thúy Khánh, Chuyên đề tốt nghiệp *"Phân tích chất lượng phục vụ và*

biện pháp nâng cao chất lượng phục vụ tại khách sạn Bamboo Green Harbourside"

17. Phạm Văn Sang, Chuyên đề tốt nghiệp *"Giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ trong khách sạn quốc tế Asean"*

18. Tổng cục trưởng Tổng cục du lịch Việt Nam, *Quyết định 02/2001/QĐ-TCDL ban hành ngày 27/4/2001 về việc bổ sung, sửa đổi Tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn*

19. C. Ford, Michael C. Sturman, Cherrill P. Heaton, *Managing Quanlity Service in Hospitality*

20. G. Raghubalan and Smritee Raghubalan, *Hotel Housekeeping Operations and Management*, Oxford University Press, 2007

21. Philip Kotler, John T Bowen, James C Makens, *Marketing for Hospitality and Tourism*

22. Trang web của khách sạn Nam Cường - Hải Phòng: *www.namcuonghaiphonghotel.com.vn*

23. Trang web của Tổng cục du lịch Việt Nam*: http://vietnamtourism.gov.vn/*

24. Trang web của Sở du lịch Hải Phòng: *http://www.dulichhaiphong.gov.vn/*

PHỤ LỤC 1

(Phiếu thăm dò ý kiến khách hàng – Bản tiếng Anh)

QUESTIONNAIRE

Dear Sir/Madam,

It has been a great pleasure to have you as our guest and we thank you for choosing Nam Cuong Hai Phong Hotel. We do hope that our service standards and facilities have met you expectation.

In order to maintain and improve our services, especially the Tivi box which is setting in your room. It would be a great to help us if you could spare a few minutes to fill such questionnaire as belows:

Purpose of your visit:

Business ☐ Leisure ☐ Convention (m.i.c.e) ☐ Others ☐

Your comment on		Excellent	Good	Everage	Poor
Reservation	Speedly of handling calls				
	Hanlde immediately				
Check in	Room reservation in order upon check in				
	Information given on hotel facilities				
	Luggage promptly carried to your room				
	Identifiable management round the clock				
Your beb room	Cleanliness				
	Well stocked minibar				
	TV box; Wifi				
	Your request promptly				
Restaurant	Quality &consistency of food				
	Quality &consistency of service				
	Value for price paid				
Other	Lobby lounge bar				
	Pool side				
	Business center				
	Transportation				

. Have you stayed in our previously? Yes No

. Outstanding staff:……...Location…….

. How would you rate Nam Cuong Hai Phong hotel on an overall?.....

. What is Nam Cuong Hai Phong Hotel's remarkable point?.....

. What the improvement would you like to see?

……...

* Please, fill your information or attach the business card here.

Name:……..Room:……Date:……..

Email:……Telephone:……..

Thank you in advance your valued feedback which will help us to exceed your expectation. We are looking forward to welcoming you back to Nam Cuong Hai Phong Hotel in the near future.

Your sincerely,

Management board

PHỤ LỤC 2

(Phiếu thăm dò ý kiến khách hàng – Bản tiếng Việt)

PHIẾU THĂM DÒ Ý KIẾN KHÁCH HÀNG

Kính gửi quý khách,

Chúng tôi rất vinh hạnh được đón tiếp quý khách và xin cảm ơn quý khách đã lựa chọn khách sạn Nam Cường Hải Phòng.

Chúng tôi hi vọng rằng dịch vụ và trang thiết bị của chúng tôi đáp ứng được mong chờ của quý khách. Để duy trì và cải thiện dịch vụ đặc biệt là Tivibox trong phòng nghỉ của quý khách, kính mong quý khách dành vài phút để hoàn thành phiếu lấy ý kiến sau:

Quý khách làm ơn điền thông tin hoặc đính kèm danh thiếp dưới đây:

Họ tên:……Số phòng.:…….Ngày đến:……

Email:……..Số điện thoại…….Ngày đi:……

Mục đích chuyến đi của quý khách

Công tác ☐ Giải trí ☐ Hội họp ☐ Khác ☐

Ý kiến của bạn		**Rất tốt**	**Tốt**	**Trung bình**	**Kém**
Lễ tân	Trang thiết bị và dịch vụ				
	Trang trí tại quầy lễ tân và sảnh				
	Giải quyết nhanh chóng các công việc				
	Thông tin trên các trang thiết bị của khách sạn				
	Quá trình phục vụ				
	Cách ứng xử và thái độ của nhân viên				
Buồng	Trang thiết bị và dịch vụ				
	Mức độ sạch sẽ				
	Tính đa dạng của các dịch vụ				
	Cách ứng xử và thái độ của nhân viên				
	Đáp ứng nhu cầu nhanh chóng				
Nhà hàng và quầy bar	Trang thiết bị và dịch vụ				
	Chất lượng và tính ổn định của đồ ăn				
	Chất lượng và tính ổn định của dịch vụ				
	Giá cả hợp lý				
	Vệ sinh và an toàn thực phẩm				
	Cách ứng xử và thái độ của nhân viên				
Khác *(Bể bơi, Business center, Spa, Giao thông)*	Trang thiết bị và dịch vụ				
	Tính đa dạng của các dịch vụ				
	Chất lượng dịch vụ				
	Cách ứng xử và thái độ của nhân viên				

Quý khách làm ơn trả lời các câu hỏi:

- Trước đây bạn đã từng ở tại khách sạn chúng tôi chưa? Yes No

- Bạn đánh giá khách sạn Nam Cường Hải Phòng thế nào?

……..……

…….

Điểm đáng chú ý của khách sạn Nam Cường Hải Phòng là gì?

……..……

…….

Cảm ơn vì những phản hồi quý báu của quý khách. Phản hồi của quý khách sẽ giúp chúng tôi cải thiện để đáp ứng mong chờ của quý khách. Chúng tôi mong được chào đón quý khách quay lại với khách sạn Nam Cường Hải Phòng trong thời gian tới.

Trân trọng,

Ban giám đốc

PHỤ LỤC 3
BẢNG GIÁ PHÒNG – ROOM TARIFF

LOẠI PHÒNG – CATEGORIES	GIÁ PHÒNG – ROOM RATES
EXE. SUPERIOR	3.550.000 VND ++
EXE. DELUXE	4.025.000 VND ++
EXE. JUNIOR SUITE	5.550.000 VND ++
NAM CUONG SUITE	7.750.000 VND ++

- Giá trên chưa bao gồm 5% phí phục vụ và 10% thuế VAT, Giá được tính bằng Việt Nam đồng/phòng/đêm. *The rates are quoted in Vietnam dong and Exclusive of 5% service charge & 10% Added Tax (VAT).*
- Giá áp dụng cho 01 hoặc 02 người, 01 trẻ em dưới 10 tuổi chung phòng với bố mẹ được miễn phí. Thêm người hoặc kê thêm giường tính thêm 350.000++VND/ngày và có bao gồm ăn sáng. *Rates are applied for singer or double occupancy. A children is under 10 years old sharing the bed with parents will be free of charge. Triple occupancy or extra bed will be plus 350.000 VND++/day and breakfast is include.*
- Giá phòng bao gồm: Ăn sáng tự chọn miễn phí, đồ uống chào mừng khách khi làm thủ tục nhận phòng tại khách sạn, hoa quả đặt phòng và 02 chai nước suối hàng ngày, trà và cà phê đặt phòng theo yêu cầu, đường truyền tốc độ cao 24/7. *Rates are includes: daily breakfast, welcome drink, daily fresh fruit & 02 bottles of wash up water, in room coffee/tea facilities, free wifi+ADSL connection 24/7.*
- Miễn phí sử dụng các dịch vụ: xông hơi khô, ướt, phòng tập thể hình, ngâm chân thảo dược và bể bơi. *Complimentary useages of hotel facilities: Gymnastic room, wet & dry sauna, hot and cold Jacuzzi and swimming pool.*

Giờ nhận phòng/Check-in 13:00pm **Trả phòng/Check-out 12:00 Noon**

Trả phòng trễ - Late check-out
12:00 – 15:00: 30% tiền phòng/ Additional 30% room charge
15:00 – 18:00: 50% tiền phòng/ Additional 50% room charge
Sau 18:00 – After 18:00 Pm:: 100% tiền phòng/ Additional 100% room charge

PHỤ LỤC 4

BẢNG TRANG THIẾT BỊ, DỤNG CỤ TẠI KHU VỰC TIỀN SẢNH

TT	Tên thiết bị	Đơn vị	Số lượng	Ghi chú
1	Quầy lễ tân	Bộ	1	
2	Tủ lưu hồ sơ	Chiếc	2	
3	Tủ bảo quản đồ thất lạc của khách	Chiếc	1	
4	Bàn, ghế làm việc	Bộ	5	
5	Bàn ghế đệm salon	Bộ	2	
6	Máy vi tính	Bộ	10	
7	Đồng hồ treo tường	Chiếc	6	
8	Kẹp lưu hồ sơ	Chiếc	30	
9	Tổng đài trung tâm	Bộ	1	
10	Giá để chìa khóa	Chiếc	1	
11	Chìa khóa phòng	Bộ	80	
12	Xe đẩy hành lý	Chiếc	1	
13	Giá để ô dù	Chiếc	1	
14	Ô dù	Chiếc	5	
15	Két sắt nhiều ngăn	Chiếc	2	
16	Máy cà thẻ thanh toán	Chiếc	2	
17	Máy đếm tiền	Chiếc	1	
18	Máy in	Chiếc	1	
19	Máy tính tiền	Chiếc	2	
20	Điện thoại bàn	Chiếc	6	
21	Máy bộ đàm	Chiếc	5	
22	Bảng giá ngoại tệ	Chiếc	1	
23	Giá để tờ rơi, tệp gấp, danh thiếp	Chiếc	1	
24	Phần mềm quản lý khách sạn	Bộ	1	
25	Bộ con dấu các loại	Bộ	1	
26	Sổ nhật ký	Quyển	2	
27	Các loại sổ sách, báo cáo, chứng từ	Bộ	1	
28	Gương đứng	Chiếc	1	
29	Gạt tàn	Chiếc	8	
30	Văn phòng phẩm các loại	Bộ	2	
31	Bảng tin nam châm	Chiếc	1	

PHỤ LỤC 5

BẢNG TRANG THIẾT BỊ, DỤNG CỤ TẠI KHU VỰC LƯU TRÚ

TT	Tên thiết bị	Đơn vị	Số lượng	Ghi chú
1	Tivi	Chiếc	98	
2	Đầu đĩa DVD, VCD	Chiếc	98	
3	Tủ minibar	Chiếc	102	
4	Tủ quần áo	Chiếc	82	
5	Tủ kệ nhỏ	Chiếc	88	
6	Bàn ghế làm việc	Bộ	80	
7	Bộ bàn trà	Bộ	82	
8	Giá hành lý	Chiếc	85	
9	Két an toàn	Chiếc	85	
10	Giường đôi	Chiếc	32	
11	Giường đơn	Chiếc	36	
12	Giường phụ	Chiếc	4	
13	Giường cỡ lớn	Chiếc	8	
14	Đệm giường đôi	Chiếc	33	
15	Đệm giường đơn	Chiếc	38	
16	Đệm giường cỡ lớn		8	
17	Ga trải giường đôi	Chiếc	228	
18	Ga trải giường đơn	Chiếc	169	
19	Ga trải giường phụ	Chiếc	20	
20	Ga trải giường cỡ lớn	Chiếc	48	
21	Ruột chăn bông đôi	Chiếc	78	
22	Ruột chăn bông đơn	Chiếc	65	
23	Ruột chăn giường phụ	Chiếc	8	
24	Ruột chăn giường cỡ lớn	Chiếc	16	
25	Vỏ chăn bông đôi	Chiếc	155	
26	Vỏ chăn bông đơn	Chiếc	185	
27	Vỏ chăn giường phụ	Chiếc	20	
28	Vỏ chăn giường cỡ lớn	Chiếc	50	
29	Tấm lót/bảo vệ đệm đôi	Chiếc	96	
30	Tấm lót/bảo vệ đệm đơn	Chiếc	75	
31	Tấm lót/bảo vệ đệm giường phụ	Chiếc	12	
32	Tấm lót/bảo vệ đệm giường cỡ lớn	Chiếc	28	
33	Ruột gối	Chiếc	292	
34	Vỏ gối	Chiếc	305	

35	Gối trang trí	Chiếc	92	
36	Dải trang trí giường	Chiếc	126	
37	Rèm cửa sổ gồm 2 lớp	Bộ	85	
38	Đèn đọc sách (đèn bàn làm việc)	Chiếc	82	
39	Đèn đứng (đèn cây)	Chiếc	85	
40	Đèn ngủ	Chiếc	165	
41	Đèn treo tường	Chiếc	178	
42	Mắc treo quần áo trong tủ	Chiếc	395	
43	Điện thoại để bàn	Chiếc	88	
44	Điện thoại treo tường	Chiếc	92	
45	Ấm đun nước siêu tốc	Chiếc	85	
46	Thùng rác	Chiếc	186	
47	Lọ hoa	Chiếc	84	
48	Tách trà/cà phê	Bộ	188	
49	Ly tròn cao (highball)	Chiếc	180	
50	Gạt tàn	Chiếc	96	
51	Dao, dĩa ăn hoa quả	Bộ	152	
52	Đĩa vuông sơn mài	Chiếc	96	
53	Đĩa ô van sơn mài	Chiếc	35	
54	Bình đường, sữa	Bộ	86	
55	Giỏ đựng đồ minibar	Chiếc	102	
56	Văn phòng phẩm *(giấy viết thư, phong bì, bút bi, tập giấy ghi, hóa đơn minibar, biển báo DND, biển yêu cầu sửa chữa, hướng dẫn sử dụng ti vi,…)*	Bộ	390	
57	Thực đơn phục vụ tại buồng khách	Quyển	96	
58	Bộ quảng cáo dịch vụ của khách sạn	Bộ	86	
59	Túi giặt là và hóa đơn giặt là	Bộ	480	
60	Dép đi trong nhà (Slipper)	Đôi	185	
61	Tranh treo tường	Chiếc	290	
62	Thùng rác	Chiếc	234	
63	Cân sức khỏe	Chiếc	45	
64	Máy sấy tóc	Chiếc	188	
65	Gương đứng	Chiếc	89	
66	Gương phòng tắm	Chiếc	78	
67	Khay để đồ hóa mỹ phẩm	Chiếc	101	
68	Hộp đựng giấy lau tay	Chiếc	108	

69	Áo choàng tắm	Chiếc	312	
70	Khăn tắm	Chiếc	468	
71	Khăn lau tay	Chiếc	488	
72	Khăn mặt	Chiếc	495	
73	Khăn chùi chân	Chiếc	252	
74	Bàn chải đánh răng	Bộ	890	
75	Mũ chụp đầu	Chiếc	568	
76	Túi vệ sinh	Chiếc	686	
77	Bông ngoáy tai	Chiếc	780	
78	Si đánh bóng giày	Hộp	896	
79	Kim chỉ may vá	Bộ	784	
80	Xà phòng	Bánh	1230	
81	Dầu gội đầu, dầu tắm, dầu xả	Bộ	1182	
82	Dao cạo râu	Bộ	205	
83	Giấy vệ sinh	Cuộn	380	
84	Giấy lau tay	Hộp	250	
85	Xe đẩy phục vụ buồng	Chiếc	6	
86	Máy hút bụi	Chiếc	12	
87	Máy hút nước	Chiếc	2	
88	Máy giặt thảm	Chiếc	2	
89	Máy đánh sàn	Chiếc	2	
90	Biển báo sàn ướt	Chiếc	25	
91	Biển báo khu vực đang làm vệ sinh	Chiếc	25	
92	Bộ cây lau nhà	Bộ	30	
93	Bộ dụng cụ vệ sinh kính	Bộ	15	
94	Hộp đựng dụng cụ vệ sinh	Chiếc	12	
95	Bình xịt đựng hoá chất	Bình	56	
96	Chổi cọ có cán	Chiếc	30	
97	Bàn chải cầm tay	Chiếc	38	
98	Bọt biển làm vệ sinh	Chiếc	52	
99	Chổi	Chiếc	14	
100	Xẻng	Chiếc	18	
101	Găng tay cao su	Đôi	42	
102	Cây đẩy bụi (dust)	Chiếc	5	
103	Khăn lau các loại	Chiếc	568	
104	Bảng meca	Cái	2	
105	Bình cứu hỏa	Bình	56	
106	Chất tẩy đa năng	Lít	35	
107	Chất tẩy cực mạnh	Lít	35	

PHỤ LỤC 6

BẢNG TRANG THIẾT BỊ, DỤNG CỤ TẠI KHU VỰC NHÀ HÀNG

TT	Tên thiết bị	Đơn vị	Số lượng	Ghi chú
1	Tivi	Chiếc	5	
2	Đầu đĩa	Chiếc	5	
3	Quầy bar	Quầy	1	
4	Giá cất trữ dụng cụ	Chiếc	6	
5	Tủ đựng dụng cụ phục vụ	Chiếc	12	
6	Bàn chữ nhật	Chiếc	82	
7	Bàn vuông	Chiếc	88	
8	Bàn bán nguyệt	Chiếc	15	
9	Bàn tròn	Chiếc	35	
10	Bàn tiệc chữ nhật	Chiếc	75	
11	Ghế gỗ	Chiếc	284	
12	Ghế đệm	Chiếc	320	
13	Ghế quầy bar	Chiếc	10	
14	Ghế bành	Chiếc	22	
15	Máy rửa chén, ly	Chiếc	2	
16	Máy pha cà phê	Chiếc	2	
17	Máy xay hạt cà phê	Chiếc	2	
18	Máy làm đá viên	Chiếc	1	
19	Máy xay đá	Chiếc	1	
20	Tủ lạnh	Chiếc	5	
21	Tủ bảo quản rượu vang	Chiếc	2	
22	Tủ ướp lạnh ly	Chiếc	1	
23	Máy làm lạnh nước trái cây	Chiếc	6	
24	Tủ làm nóng đĩa	Chiếc	2	
25	Ấm đun nước sieu tốc	Chiếc	6	
26	Máy ép trái cây	Chiếc	2	
27	Máy vắt cam	Chiếc	2	
28	Xe đẩy phục vụ rượu	Chiếc	3	
29	Xe phục vụ Inox hai tầng	Chiếc	6	
30	Xe vận chuyển bàn, ghế	Chiếc	2	
31	Lồng giữ nóng xúp	Chiếc	6	
32	Lồng giữ nóng thức ăn	Chiếc	18	
33	Máy kẹp nóng bánh mỳ	Chiếc	5	
34	Giá đỡ xô đá ướp lạnh rượu	Chiếc	12	
35	Khay chống trơn tròn	Chiếc	35	

36	Khay chống trơn chữ nhật	Chiếc	55	
37	Kẹp gắp thức ăn	Bộ	68	
38	Dụng cụ dọn sơ bàn ăn	Chiếc	12	
39	Giỏ đựng bánh mỳ	Chiếc	25	
40	Xẻng xúc bánh	Chiếc	6	
41	Đục lõi thơm, táo	Chiếc	6	
42	Phin cà phê cá nhân	Chiếc	18	
43	Xô đựng đá	Chiếc	30	
44	Kẹp gắp đá	Chiếc	30	
45	Tô inox đựng đá phục vụ tại bàn	Chiếc	30	
46	Bình lắc Shaker	Chiếc	5	
47	Bình lắc Boston	Chiếc	2	
48	Rây lọc	Chiếc	2	
49	Dụng cụ đong rượu	Chiếc	5	
50	Bình inox có tay cầm	Chiếc	3	
51	Búa chần	Chiếc	2	
52	Kẹp vắt chanh	Chiếc	2	
53	Kẹp gắp chanh	Chiếc	5	
54	Dụng cụ mở hộp	Chiếc	2	
55	Dụng cụ múc kem	Chiếc	2	
56	Kẹp cua	Chiếc	15	
57	Thố sữa	Chiếc	30	
58	Thố đường	Chiếc	30	
59	Lọ muối	Chiếc	80	
60	Lọ tiêu	Chiếc	80	
61	Lọ tăm	Chiếc	30	
62	Gạt tàn	Chiếc	95	
63	Lọ hoa	Chiếc	90	
64	Gối kê đũa	Chiếc	520	
65	Gối kê thìa	Chiếc	520	
66	Đũa	Đôi	950	
67	Chén mắm cá nhân	Chiếc	450	
68	Đĩa kê khăn lạnh	Bộ	350	
69	Bình cắm hoa to	Chiếc	3	
70	Bát ăn cơm	Chiếc	450	
71	Bát ăn xúp Á	Chiếc	450	
72	Bát ăn xúp Âu có nắp	Chiếc	320	
73	Bát tô đựng canh	Chiếc	180	
74	Bát xốt cá nhân	Chiếc	390	

75	Muôi múc	Chiếc	220	
76	Ấm trà	Chiếc	28	
77	Đĩa kê ấm trà	Chiếc	38	
78	Dụng cụ lọc trà	Chiếc	5	
79	Tách trà	Chiếc	380	
80	Đĩa kê tách trà	Chiếc	380	
81	Tách cà phê lớn	Chiếc	250	
82	Đĩa kê tách cà phê lớn	Chiếc	250	
83	Tách cà phê nhỏ	Chiếc	220	
84	Đĩa kê tách cà phê nhỏ	Chiếc	220	
85	Thuyền xốt, đĩa kê	Bộ	55	
86	Ly trộn (mixing glass)	Chiếc	12	
87	Bình thủy tinh (carafe)	Chiếc	30	
88	Bình lọc rượu (decante)	Chiếc	15	
89	Bình thủy tinh không quai	Chiếc	12	
90	Danh mục đồ uống	Quyển	25	
91	Thực đơn thức ăn	Quyển	25	
92	Danh mục rượu vang	Quyển	20	
93	Dụng cụ mở bia	Chiếc	28	
94	Dụng cụ mở rượu chuyên dụng	Chiếc	25	
95	Nút đậy chai có vòi rót	Chiếc	18	
96	Giỏ rượu vang	Chiếc	10	
97	Thớt	Chiếc	5	
98	Bếp gas du lịch	Chiếc	20	
99	Chảo chống dính	Chiếc	2	
100	Hộp đựng trà	Chiếc	5	
101	Bìa kẹp hóa đơn thanh toán	Chiếc	10	
102	Biển tên nhựa	Chiếc	95	
103	Biển đánh số bàn	Chiếc	45	
104	Biển chỉ dẫn thông tin	Chiếc	2	
105	Thùng rác có nắp đậy	Chiếc	8	
106	Khăn lót khay hình chữ nhật	Chiếc	80	
107	Khăn lót khay hình tròn	Chiếc	60	
108	Khăn ăn	Chiếc	890	
109	Khăn phục vụ	Chiếc	80	
110	Khăn trải bàn vuông	Chiếc	155	
111	Khăn trải bàn chữ nhật	Chiếc	189	
112	Khăn trải bàn tròn	Chiếc	120	

113	Khăn nỉ bọc mặt bàn vuông	Chiếc	90	
114	Khăn nỉ bọc mặt bàn chữ nhật	Chiếc	120	
115	Khăn nỉ bọc mặt bàn tròn	Chiếc	80	
116	Khăn phủ trang trí	Chiếc	140	
117	Rèm buffet	Chiếc	45	
118	Bọc ghế có nơ	Chiếc	600	
119	Khăn vệ sinh đa năng	Chiếc	102	
120	Khăn vệ sinh dụng cụ	Chiếc	150	
121	Ly Highball	Chiếc	400	
122	Ly uống nước Âu	Chiếc	380	
123	Ly rượu vang đỏ	Chiếc	480	
124	Ly rượu vang trắng	Chiếc	420	
125	Ly Champagne Saucer	Chiếc	420	
126	Ly Champagne Flute	Chiếc	420	
127	Ly rượu mùi (liqueur)	Chiếc	180	
128	Ly Juice	Chiếc	480	
129	Ly Stein (có quai cầm)	Chiếc	180	
130	Ly Pilsner	Chiếc	180	
131	Ly Irish coffee	Chiếc	60	
132	Ly Brandy	Chiếc	360	
133	Ly Margarita	Chiếc	180	
134	Ly Tumbler	Chiếc	120	
135	Ly Cocktail	Chiếc	180	
136	Ly Rock	Chiếc	480	
137	Ly Bia có chân	Chiếc	480	
138	Ly Poco	Chiếc	360	
139	Dao ăn chính	Chiếc	360	
140	Dao ăn bơ	Chiếc	360	
141	Dao ăn khai vị	Chiếc	360	
142	Dao ăn cá	Chiếc	360	
143	Dao ăn bò	Chiếc	360	
144	Dao ăn tráng miệng	Chiếc	420	
145	Dao cắt phomat	Chiếc	120	
146	Dao chuyên phục vụ cắt thái	Chiếc	5	
147	Dao cắt bánh	Chiếc	5	
148	Dao gọt hoa quả	Chiếc	10	
149	Dao cắt hoa quả	Chiếc	10	
150	Thìa ăn chính	Chiếc	280	

151	Thìa ăn khai vị	Chiếc	360	
152	Thìa súp tròn	Chiếc	360	
153	Thìa ăn tráng miệng	Chiếc	360	
154	Thìa cà phê lớn	Chiếc	420	
155	Thìa cà phê nhỏ	Chiếc	420	
156	Thìa sứ	Chiếc	380	
157	Thìa khuấy	Chiếc	10	
158	Thìa dĩa phục vụ (Service gear)	Bộ	35	
159	Dĩa ăn chính	Chiếc	360	
160	Dĩa ăn khai vị	Chiếc	360	
161	Dĩa ăn cá	Chiếc	360	
162	Dĩa ăn thịt bò	Chiếc	360	
163	Dĩa ăn tráng miệng	Chiếc	360	
164	Đĩa bánh mỳ	Chiếc	480	
165	Đĩa kê Âu	Chiếc	480	
166	Đĩa súp sâu lòng	Chiếc	480	
167	Đĩa ăn món chính	Chiếc	480	
168	Đĩa Ô van	Chiếc	320	
169	Đĩa sa lat	Chiếc	480	
170	Đĩa tráng miệng	Chiếc	480	
171	Đĩa kê Á	Chiếc	480	
172	Đĩa kê khăn lạnh	Chiếc	320	

PHỤ LỤC 7

BẢNG TRANG THIẾT BỊ, DỤNG CỤ TẠI KHU VỰC DỊCH VỤ BỔ SUNG

TT	Tên thiết bị	Đơn vị	Số lượng	Ghi chú
1	Máy chạy bộ	Chiếc	2	
2	Máy rung	Chiếc	2	
3	Máy massage	Chiếc	2	
4	Máy tập đùi	Chiếc	2	
5	Ghế khởi động	Chiếc	12	
6	Ghế tập đa năng	Chiếc	2	
7	Ghế tập bụng	Chiếc	2	
8	Máy xông hơi ướt Amazon	Chiếc	2	
9	Máy xông hơi khô Amazon	Chiếc	2	
10	Bồn tắm massage Amazon	Bộ	5	
11	Ghế gấp thư giãn	Chiếc	12	
12	Bàn uống nước	Chiếc	6	
13	Tủ để đồ cá nhân	Chiếc	5	
14	Khăn tắm	Chiếc	80	
15	Khăn mặt	Chiếc	120	
16	Khăn lau tay	Chiếc	120	
17	Khăn chùi chân	Chiếc	80	
18	Lọ đựng tinh dầu các loại	Chiếc	20	
19	Lọ hoa trang trí	Chiếc	15	
20	Mắc treo quần áo	Chiếc	45	
21	Giường nằm massage	Chiếc	10	
22	Tạ và đòn tạ	Bộ	6	
23	Giàn tạ xô tay	Chiếc	1	