Lời cảm ơn

Mỗi một sinh viên năm cuối khi được giao nhiệm vụ đề tài tốt nghiệp là một niềm vinh hạnh.Để có được một khóa luận tốt đòi hỏi sự cố gắng rất nhiều của bản thân sinh viên, sự ủng hộ giúp đỡ của giáo viên hướng dẫn đề tài, của gia đình và bạn bè.

Khóa luận được hoàn thành cho phép em được gửi lời cảm ơn chân thành tới Tiến sỹ Nguyễn Ngọc Khánh - thầy hướng dẫn đề tài tốt nghiệp của em, thầy luôn là một người thầy tận tình, đã giúp đỡ em rất nhiều trong việc thu thập tài liệu, hướng dẫn cho em những từng bước để hoàn chỉnh khóa luận. Em xin chân thành bày tỏ lòng biết ơn của mình tới thầy!

Em xin cảm ơn các anh, chị công tác tại khách sạn CLASSIC Hoàng Long đã giúp đỡ em về các kiến thức chuyên môn cũng như về nghiệp vụ. Các anh các chị đã tạo mọi điều kiện thuận lợi cho em trong quá trình làm khóa luận của mình.

Lời cuối em xin được bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới các thầy, cô của mái trường dân lập thân thương. Em xin cảm ơn những bài học trên giảng đường, những tiết học thực hành thú vị, những chuyến đi thực tế hữu ích. Tất cả những điều chúng em có được của ngày tốt nghiệp sẽ không thể không nhớ tới công ơn của thầy cô.

Khóa luận tốt nghiệp được hoàn thành trên những kiến thức và kinh nghiệm của bản thân em, vì vậy sẽ không tránh khỏi những thiếu sót. Em rất mong sự đóng góp ý kiến của quý thầy cô để khóa luận của em có thể tốt hơn.

Sinh viên

Bùi Thị Thu Hương

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Giao tiếp ứng xử của con người gắn liền với sự ra đời và phát triển của xã hội loài người. Giao tiếp là nhu cầu tự thân của con người và xã hội loài người. Bước vào thế kỷ mới, quan hệ giao tiếp trong hoạt động kinh doanh càng được các nhà quản lý đặt đúng tầm quan trọng của nó. Có giao tiếp ứng xử tốt đẹp, doanh nghiệp mới có thể tồn tại và phát triển trong điều kiện kinh tế thị trường cạnh tranh gay gắt này.

Học đường Carnegic do ông vua thép Andren Carnegic, người Mĩ sáng lập đã nghiên cứu và thấy rằng cả trong những nghề hoàn toàn kĩ thuật như nghề kĩ sư chẳng hạn, sự thành công trong công việc cũng chỉ do 15% các nguyên tắc kĩ thuật, còn 85% là do trình độ nghệ thuật trong giao tiếp ứng xử.

Vua dầu lửa John O.Rochkefeller, người Mĩ cũng nhận thấy như vậy: "Người nào biết thuyết phục, chỉ huy hay điều khiển người khác là có một số vốn vô cùng quý ở dưới gầm trời này"

Quan hệ giao tiếp ứng xử trong hoạt động kinh doanh du lịch lại càng đa dạng, phức tạp.

Nghị quyết 45/CP ngày 22/6//1993 đã khẳng định:

" Du lịch là một nghành kinh tế quan trọng trong chiến lược phát triển kinh tế - xã hội của đất nước ".

Những năm vừa qua, Đảng và Nhà nước đã có nhiều chính sách để phát triển du lịch, do đó lượng du khách nội địa và quốc tế cũng tăng lên một cách đáng kể. Hàng trăm công ty du lịch, hàng nghìn khách sạn được thành lập để phục vụ cho du lịch. Lượng lao động trong nghành du lịch cũng theo đó mà ngày càng gia tăng. Do vậy, việc trở thành một nhân viên phục vụ tốt ngoài những kiến thức về ngoại ngữ về trình độ nghiệp vụ chuyên môn thì phải có những hiểu biết về tâm lý nói chung, tâm

lý khách du lịch, tâm lý người phục vụ và nghệ thuật giao tiếp ứng xử nhằm nâng cao chất lượng phục vụ là rất quan trọng.

Quan hệ giao tiếp giữa một nhân viên phục vụ với khách không chỉ là hoạt động xã giao thông thường mà còn là mối quan hệ quốc tế, là sự giao tiếp với các nền văn hóa khác nhau, là giao tiếp khuếch trương với xã hội để gây uy tín và thương hiệu của doanh nghiệp mình.

Chính những lý do nêu trên ta có thể khẳng định giao tiếp ứng xử là một bước đi không thể thiếu và là một nước cờ quan trọng trong việc chiếm lĩnh thị trường, phát triển thương hiệu của doanh nghiệp.

Xuất phát từ tầm quan trọng và tính thực tế của đề tài, cũng như từ chính sự tâm đắc của mình với khóa luận này, em đã xin được chọn đề tài "Tìm hiểu hoạt động giao tiếp ứng xử với khách của đội ngũ nhân viên phục vụ tại khách sạn CLASSIC Hoàng Long".

2. Mục đích nghiên cứu

Hệ thống các cơ sở lý luận về hoạt động giao tiếp ứng xử trong xã hội và trong kinh doanh khách sạn

Tìm hiểu thực tế hoạt động giao tiếp ứng xử với khách của đội ngũ nhân viên phục vụ trong khách sạn CLASSIC Hoàng Long.

Những giải pháp, đề xuất nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp ứng xử với khách của đội ngũ nhân viên phục vụ tại khách sạn CLASSIC Hoàng Long.

3. Nhiệm vụ nghiên cứu

Tìm hiểu những kiến thức về hoạt động giao tiếp ứng xử trong xã hội nói chung và hoạt động giao tiếp ứng xử trong kinh doanh khách sạn nói riêng.

Tìm hiểu thực tế về hoạt động giao tiếp ứng xử của đội ngũ nhân viên phục vụ với khách tại khách sạn CLASSIC Hoàng Long. Qua thực tế nghiên cứu đưa ra một

số giải pháp, kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp ứng xử với khách của đội ngũ nhân viên phục vụ tại khách sạn CLASSIC Hoàng Long.

4. Phạm vi nghiên cứu và đối tượng nghiên cứu

Khóa luận được nghiên cứu thực tế tại khách sạn CLASSIC Hoàng Long

Đối tượng ngiên cứu là đội ngũ nhân viên phục vụ của khách sạn CLASSIC Hoàng Long bao gồm 3 đối tượng chính là:

Nhân viên lễ tân

Nhân viên phục vụ tại bộ phận nhà hàng

Nhân viên buồng

5. Ý nghĩa nghiên cứu

Nghiên cứu đề tài này nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp ứng xử với khách của đội ngũ nhân viên phục vụ khách sạn nói chung và đội ngũ nhân viên phục vụ tại khách sạn Classic Hoàng Long nói riêng.

6. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp nghiên cứu tài liệu

Phương pháp quan sát

Phương pháp phỏng vấn

Phương pháp điều tra

Phương pháp khảo sát thực tế

7. Bố cục của khóa luận

Phần mở đầu

Phần nội dung gồm 4 chương :

Chương I : Các cơ sở lý luận chung về hoạt động giao tiếp ứng xử trong xã hội

Chương II : Các cơ sở lý luận về hoạt động giao tiếp ứng xử trong kinh doanh khách sạn

Chương III : Thực trạng hoạt động giao tiếp ứng xử với khách của đội ngũ nhân viên phục vụ tại khách sạn CLASSIC Hoàng Long

Chương IV : Một số đề xuất, kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp ứng xử với khách của đội ngũ nhân viên phục vụ tại khách sạn CLASSIC Hoàng Long

Phần kết luận

Tài liệu tham khảo

Phụ lục

Chương I : Các cơ sở lý luận chung về hoạt động giao tiếp ứng xử trong xã hội

1.1. Giao tiếp :

1.1.1. Khái niệm giao tiếp :

Từ khi loài người hình thành, hoạt động giao tiếp đã gắn liền với họ. Do những nhu cầu của cuộc sống hàng ngày con người phải trao đổi, bàn bạc, liên kết với nhau trong săn bắn, ăn ở và chống lại thiên tai, thú dữ...Trải qua hàng vạn năm, ngày nay hoạt động giao tiếp đã trở thành một nhu cầu không thể thiếu của mỗi con người.

Nghiên cứu về hoạt động này, đã có không ít những khái niệm về giao tiếp được ra đời như : Watson và Skiner – những nhà nghiên cứu dựa trên quan điểm của Thuyết hành vi đã cho rằng :

" Con người là một thực thể liên hệ, tức là con người không sống độc lập mà sống trong mối liên hệ với môi trường và người khác. Các mối liên hệ này nói lên bản chất xã hội của cá nhân nó biểu hiện khả năng sống của mỗi cá nhân.

Giao tiếp được xem như là một phương tiện thiết lập các mối quan hệ. Trong mối liên hệ đó, con người được đưa vào cấu trúc xã hội phức tạp. Cấu trúc này bao bọc lấy con người, định hướng cho hoạt động của con người.

Tiến sĩ Jurgen Ruesh, cựu học thuyết về giao tiếp ở người đã khẳng định :

" Công việc của giao tiếp là làm thế nào để xóa đi những khoảng cách trong suy nghĩ giữa người này với người khác thông qua việc dùng ngôn ngữ.

Còn Joseph Lutf và Harrington Ingram lại đưa ra học thuyết về giao tiếp liền nhân cách khẳng định :

" Giao tiếp là sự trao đổi thông tin về những quan điểm, ý kiến, cảm xúc và cả những cái "tôi" của chính mình. Khi thiết lập các mối quan hệ giao tiếp với người khác, họ hy vọng mọi người sẽ tin tưởng nhau và tạo sự hiểu biết lẫn nhau".

"Giao tiếp là một nghệ thuật mà không phải ai cũng nắm bắt được. Bất kỳ ai cũng phải học điều đó" là khái niệm của I.Cvapilic đưa ra.

Trên đây là những khái niệm về giao tiếp của phương Tây, vậy tại Việt Nam thì sao? Khái niệm giao tiếp có gì thay đổi không? Chúng ta hay cùng tìm hiểu tiếp!

Ông cha ta từ xưa đã hiểu rất rõ tầm quan trọng của giao tiếp và nói nó "cao hơn mâm cỗ", quan niệm rằng " nói ngọt thì lọt tới xương ", và dặn dò con cháu phải " học ăn học nói "

Qua nhiều thế hệ, tới nay những nhà nghiên cứu về giao tiếp tại Việt Nam đã có những khái niệm cụ thể về hoạt động này :

PTS Vũ Thị Phượng và ông Dương Quang Huy trong cuốn "Giao tiếp trong kinh doanh" cho rằng :

"Giao tiếp là một quá trình trao đổi thông tin giữa các cá nhân thông qua một hệ thống bao gồm các ký hiệu, dấu hiệu và hành vi. Giao tiếp cũng có thể hiểu là các hình thức biểu hiện tình cảm, trò chuyện, diễn thuyết, trao đổi tư tín thông tin"

PGS.TS Đỗ Văn Phức trong cuốn " Tâm lý kinh doanh " :

"Giao tiếp là sự quan hệ giữa người với người trong cuộc sống và trong các hoạt động liên quan từ nhiều người".

Theo tác giả P.Vũ Dũng trong cuốn "Văn hóa giao tiếp" :

"Giao tiếp là một quá trình trao đổi và tiếp xúc với nhau giữa con người với bản thân, với xã hội, với thiên nhiên, với gia đình...trực tiếp và gián tiếp thông qua các công cụ như tiếng nói, ngôn ngữ, hành vi, tâm lý...nhằm tạo nên những quan hệ, những tri thức, những hiểu biết trong lĩnh vực khác nhau của đời sống loài người, của cộng đồng, nhóm xã hội và cá nhân con người".

Như vậy, theo quan niệm của phương Tây và quan niệm của Việt Nam, ta có thể đi đến một kết luận chung về khái niệm giao tiếp như sau :

" Giao tiếp là hoạt động của con người trong quá trình trao đổi tiếp xúc với xã hội thông qua các công cụ giao tiếp để thực hiện mục đích giao tiếp của mình "

Qua thời gian, những cái hay cái đẹp trong quá trình giao tiếp được đúc kết lại tạo thành văn hóa giao tiếp – một kiến thức mà bất kỳ người nào dù là ai cũng phải tự học hỏi để trở thành con người văn minh - lịch sự.

1.1.2. Chức năng của giao tiếp :

Như đã đề cập ở trên, chức năng chính của giao tiếp là đạt được mục đích trước khi giao tiếp, ngoài ra thì giao tiếp còn có các chức năng sau :

1.1.2.1. Chức năng thông báo (truyền tin) :

Đây có thể coi là chức năng cở bản chất và ra đời sớm nhất trong quá trình phát triển của giao tiếp.

Chức năng này nhằm thông báo, trao đổi tin tức giữa 2 đối tượng giao tiếp thông qua các phương tiện, hình thức, công cụ của giao tiếp.

Chức năng thông báo này dễ dàng nhận thấy qua cách dùng vật phát ra âm thanh, tín hiệu để truyền tin cho nhau như : Sói dùng tiếng hú để thông báo cho nhau về con mồi hay một sự việc lạ nào đó. Kiến thì dùng râu để trao đổi thông tin...Ở con người, nội dung thông báo truyền tin phức tạp hơn nhiều và mang tính xã hội cao.

Chức năng thông báo của giao tiếp không dừng ở chủ thể và đối tượng giao tiếp mà còn thông báo tứ phía nhóm xã hội, cộng đồng, dân tộc...đến với các nhóm nhỏ xã hội, các thành viên trong nhóm nhằm thỏa mãn những yêu cầu, lợi ích của cá nhân và các nhóm xã hội.

Tùy vào trình độ phát triển của xã hội mà chức năng thông báo có thể truyền đi bất cứ thông tin và nội dung với phương tiện, hình thức phong phú hơn.

1.1.2.2. Chức năng tạo lập các mối quan hệ :

Chức năng này có thể dễ dàng nhận ra, thông qua giao tiếp con người muốn dùng chúng để tạo lập các mối quan hệ. Mối quan hệ đó có thể trở nên tốt và xấu tùy thuộc vào giữa quá trình giao tiếp của đối tượng giao tiếp.

Trong một số trường hợp, mối quan hệ sẽ bị mất do cuộc giao tiếp bị thất bại.

Đây là chức năng quan trọng của giao tiếp, nó là sợi dây gắn kết tình cảm giữa con người với nhau, hình thành nên các mối quan hệ trong xã hội.

1.1.2.3. Chức năng điều khiển, điều chỉnh hành vi, hoạt động của con người :

Chức năng này giúp con người thích ứng được với quan hệ xã hội, với vị trí, vai trò mà cá nhân đảm nhiệm, ý thức về bản thân ngày càng rõ ràng, đúng đắn. Với chức năng này, giao tiếp đóng vai trò trong quá trình hình thành và phát triển nhân cách, bộc lộ nhân cách của mỗi con người, đóng góp vào quá trình xã hội hóa của mỗi cá nhân.

Do vậy, khi "đói về giao tiếp" sẽ dẫn đến sự khiếm khuyết và hành vi ứng xử của mỗi con người.

Chính vì lý do trên, thông qua giao tiếp mỗi cá nhân nên tự điều khiển lại hành vi của mình sao cho đứng đắn và hợp lý nhất.

1.1.2.4. Chức năng tự thể hiện mình :

Thông qua giao tiếp, con người tự bộc lộ những khả năng, thói quen của mình, tự biểu hiện mình với xã hội một cách có ý thức và vô thức.

Ví dụ như, khi ta giao tiếp với một bạn A nào đó, qua cuộc nói chuyện ta có thể biết về tên tuổi, địa chỉ, sở thích, thói quen của A, biết nghề nghiệp của A, sự hiểu biết của A…Tùy thuộc vào nội dung của cuộc giao tiếp để có thể hiểu thêm về A => Qua ví dụ này ta thấy A đã vô tình hoặc cố tình thể hiện mình với đối tượng giao tiếp để họ biết thêm về bản thân mình hơn…

1.1.2.5. Chức năng giải trí :

Sau những giờ làm việc vất vả, con người luôn có những nhu cầu giải trí. Họ có thể nghe nhạc, xem phim, đọc sách, lên mạng…hoặc 1 hình thức giải trí đỡ tốn kém là nói chuyện với một ai đó – đây là biểu hiện của giao tiếp. Cuộc giao tiếp này có thể chỉ là một câu truyện phiếm, một vài lời vui vẻ, những tâm sự đời thường…đều có thể mang lại những ý nghĩa tích cực với con người.

Đối với đời sống hiện đại ngày nay, áp lực của cuộc sống càng làm mất thăng bằng ở mỗi con người, mỗi một cuộc giao tiếp thân mật sẽ đem lại trạng thái thư giãn, giải tỏa căng thẳng (stress), góp phần tái sản xuất sức lao động, duy trì tình trạng ổn định về mặt tâm lý…

1.1.3. Phân loại giao tiếp :

Giao tiếp rất phong phú, đa dạng. Có nhiều loại giao tiếp dựa theo các tiêu chí khác nhau.

1.1.3.1.Theo tính chất tiếp xúc :

_Giao tiếp trực tiếp : Là loại giao tiếp thông dụng nhất trong mọi hoạt động của con người. Các đối tượng giao tiếp trực tiếp gặp gỡ nhau thông qua ngôn ngữ nói, biểu cảm để giao tiếp.

Trong đời sống sinh hoạt, giao tiếp trực tiếp được gọi là hội thoại hoặc đàm thoại trực tiếp.

Giao tiếp thường diễn ra dưới 2 hình thức :

+ Đối thoại : Giao tiếp giữa 2 người.

+ Độc thoại : Chỉ 1 người nói,các đối tượng khác ngồi nghe.

Trong giao tiếp trực tiếp, hiều phương tiện sử dụng truyền tin như : ngôn ngữ nói, điệu bộ cử chỉ, ánh mắt…hỗ trợ khiến cho chủ thể và đối tượng giao tiếp hiểu biết nhau một cách chính xác.

_Giao tiếp gián tiếp : Là hình thức giao tiếp con người tiếp xúc với nhau phải thông qua một phương tiện trung gian khác nhau như : Thư từ, điện thoại…

Đây là loại giao tiếp thường được sử dụng rộng rãi trong đời sống hiện đại ngày nay, hoạt động giao tiếp diễn ra nhanh chóng, giúp tiết kiệm thời gian và phương tiện kỹ thuật ngày càng đa dạng, hiện đại, thông tin ngắn gọn, xúc tích…

1.1.3.2. Theo mục đích giao tiếp :

_Giao tiếp chính thức : Là hình thức giao tiếp có sự ấn định theo pháp luật, theo 1 quá trình được các tổ chức thừa nhận : Hội họp, học tập…

Giao tiếp chính thức tiến hành theo những nghi thức nhất định,được chuẩn mực hóa xã hội và pháp luật hướng dẫn. Trong loại giao tiếp này, ngôn ngữ nói, viết đều được yêu cầu mạch lạc, rõ ràng, khúc chiết.

_Giao tiếp không chính thức : Là hình thức giao tiếp không có sự quy định nào cả, mang nặng tính chất cá nhân, không bị ràng buộc về thời gian, không gian, thường mang tính thân tình, nội dung giao tiếp có tính riêng tư, giữ kín.

1.1.3.3. Theo khoảng cách giao tiếp :

_Giao tiếp thân mật : Khoảng cách từ 0,5m-1.2m. Thể hiện mối quan hệ bạn bè.

_Giao tiếp thân thiết, đằm thắm : 0,03-0,05m thể hiện sự quý mến yêu thương, sống chết có nhau như quan hệ vợ chồng, cha mẹ, con cái, anh em ruột thịt…

_Giao tiếp ngoại giao : Có tính chất xã hội, thông thường có khoảng cách từ 1,2m - 4m. Đây là mối quan hệ bình thường, không thân quen, không thù ghét.

1.1.3.4. Theo số người tham dự giao tiếp :

_Giao tiếp song phương : Là giao tiếp trong đó có 2 người tiếp xúc với nhau.

_Giao tiếp nhóm : Là giao tiếp mà trong đó một nhóm người trao đổi bàn bạc với nhau để đi đến thống nhất về 1 vấn đề nào đó.

1.1.3.5. Theo tính chất các hoạt động giao tiếp

Giao tiếp này mang màu sắc nghề nghiệp như : Giao tiếp sư phạm, giao tiếp khinh doanh, giao tiếp khách sạn…

1.1.4. Phương tiện giao tiếp :

_Là những yếu tố mà con người sử dụng để trao đổi thông tin, thể hiện thái độ, tình cảm, tâm trạng của con người trong giao tiếp.

Ta có thể chia phương tiện giao tiếp ra làm 2 nhóm : Ngôn ngữ và phi ngôn ngữ.

1.1.4.1. Giao tiếp bằng phương tiện ngôn ngữ :

_Ngôn ngữ : Là phương tiện biểu đạt ý nghĩ của mỗi người thể hiện những thông tin, thông điệp mà người giao tiếp muốn truyền đạt.

Khi ta nói chuyện với ai đó ta phải sử dụng ngôn ngữ để diễn tả thông tin mà ta muốn trình bày.

Giao tiếp bằng phương tiện ngôn ngữ cần chú ý đến những điều sau đây :

+ Nội dung ngôn ngữ : Là ý nghĩa của lời nói, của từ. Chúng ta nên lưu ý tới vai trò của ý cá nhân của ngôn ngữ trong giao tiếp. Một từ hay một hợp từ đều có một vài ý nghĩa nhất định hay ta có thể gọi là ý cá nhân của ngôn ngữ.

Trong 1 nhóm người, đôi khi cũng có những quy định ý nghĩa riêng cho một số tập hợp từ. Ví dụ : Tiếng lóng, tiếng địa phương…

Nếu hiểu được ý cá nhân của từ sẽ tạo sự đồng điệu trong giao tiếp hay gọi là khả năng đồng cảm.

+ Tính chất của ngôn ngữ : Là nhịp điệu, âm điệu, ngữ điệu…chúng đóng vai trò rất quan trọng trong giao tiếp. Khi nói, chúng ta phải chú ý tới giọng điệu, lời nói phải rõ ràng, khúc chiết, nhấn giọng đúng lúc. Biết nhấn mạnh những lời quan trọng và lướt qua những lời nói phụ, lúc lên giọng, lúc nhặt, lúc khoan, lúc nói gằn từng tiếng, lúc lại nhẹ nhàng thì lời nói mới nổi bật. Giọng nói phải ấm áp, truyền cảm thì mới quyến rũ được người nghe.

+ Điệu bộ khi nói : Là những cử chỉ của tay chân và vẻ mặt. Có khi vừa nói vừa chỉ, vừa nói vừa nhìn chằm chằm, vừa nói vừa liếc, vừa vuốt ve, âu yếm…Những cử chỉ điệu bộ tự nhiên là đáng yêu nhất, đừng gồng mình bằng cách bắt trước điệu bộ của người khác.

_Có 2 loại ngôn ngữ : Ngôn ngữ nói và ngôn ngữ viêt.

+ Ngôn ngữ nói : Được sử dụng phổ biến trong giao tiếp, nó ra đời từ rất sớm trong quá trình phát triển của loài người, loại ngôn ngữ này có thể sử dụng dễ dàng, tiện lợi, dùng ở bất kì đâu, bất kì đối tượng nào, hoàn cảnh nào, ngôn ngữ nói đem lại hiệu quả cao trong giao tiếp và kết quả của giao tiếp được phản hồi ngay tức thì. Ngôn ngữ nói luôn đi kèm với điệu bộ, nét mặt, giọng nói…nhằm đạt được hiệu quả cao trong giao tiếp.

+ Ngôn ngữ viết : Ra đời muộn hơn ngôn ngữ nói, nó được hình thành bởi các hệ thống kí hiệu tượng trưng của ngôn ngữ.

Để đối tượng giao tiếp có thể hiểu được, ngôn ngữ viết phải tuân theo các quy tắc nghiêm ngặt về ngữ pháp, tu từ, câu văn phải mạch lạc, rõ ràng, dễ hiểu. Giao tiếp bằng ngôn ngữ viết thường dưới dạng : Thư từ, Email, Fax…và độc thoại viết như : Sách, báo, phim ảnh, tivi…

1.1.4.2. Giao tiếp bằng phương tiện phi ngôn ngữ :

Trong giao tiếp ngoài lời nói, chữ viết thì việc giao tiếp phi ngôn ngữ cũng giữ một vai trò rất quan trọng. Giao tiếp phi ngôn ngữ bao gồm nét mặt, nụ cười, ánh mắt hay một cử chỉ, diện mạo…nào đó sẽ khiến cho việc giao tiếp đạt hiệu quả cao.

+ Nét mặt : Biểu lộ thái độ, cảm xúc của con người. Nét mặt của con người thường thể hiện 6 cảm xúc như sau : Vui mừng, buồn, ngạc nhiên, sợ hãi, tức giận và ghê tởm.”Nhìn mặt mà bắt hình dong” là câu ca dao quen thuộc của dân tộc Việt Nam. Nét mặt cũng thể hiện tính cách của con người. Người có nét mặt căng thẳng thường là người dứt khoát, trực tính. Người có nét mặt mềm mại thì hòa nhã, thân mật, biết vui đùa và dễ thích nghi trong giao tiếp.

+ Nụ cười, ánh mắt :

Trong giao tiếp người ta dùng nụ cười, ánh mắt để biểu lộ tình cảm,thái độ của mình. Ánh mắt luôn đi kèm cùng nụ cười để thể hiện cảm xúc của người giao tiếp. Nụ cười có cái hồn nhiên, đôn hậu có cái chua chát, đanh ác sẽ đi kèm với ánh mắt dịu hiền, trong sáng hoặc ánh mắt đanh đá, độc ác…Mỗi một ánh mắt, một nụ cười sẽ đều thể hiện cá tính của người đó.

+ Các cử chỉ : Bao gồm sự chuyển động của bàn tay như : Vẫy, chào, khua tay, hoặc có thể là sự vận động của cánh tay…Tất cả những sự vận động này đều có một ý nghĩa nào đó trong giao tiếp. Người ta cũng có thể sử dụng cử chỉ để điều khiển cuộc giao tiếp, chẳng hạn như sự vận động của bàn tay có thể hiểu là “dừng lại” nếu tay giơ ra phía trước, hoặc “được rồi” nếu gật đầu,…

+ Dáng vẻ, diện mạo : Là những đặc điểm tự nhiên, ít thay đổi được như tạng người (cao, thấp, mập hay ốm, mặt vuông hay mặt dài, môi mỏng hay dày, da trắng hay đen, xanh xao hay hồng hào, vàng vọt hay ngăm ngắm..). Hoặc cũng có thể là những đặc điểm thay đổi được như : Tóc, râu, trang điểm, trang sức, trang phục…

Diện mạo có thể gây ấn tượng rất mạnh nhất là ở ngay lần gặp đầu tiên. Ví dụ như đàn ông cao ráo, khỏe mạnh sẽ gây ấn tượng tốt hơn một người thấp bé, gầy đét.

Một người có "tướng tốt" sẽ thường được mọi người tôn trọng từ cái nhìn đầu tiên.

Trang sức cũng nói lên cá tính, văn hóa,nghề nghiệp của cá nhân. Cách ăn mặc cũng giúp ta đoán được trạng thái tình cảm và phẩm chất tâm lý của con người. Người mặc quần áo rực rỡ thường có tâm trạng vui vẻ, sảng khoái. Người luôn mặc quần áo sáng màu là người thích ngao du, hưởng ngoại.

Trong giao tiếp, chúng ta biết cách ăn mặc, trang sức phù hợp sẽ đạt được hiệu quả cao. Ăn mặc đẹp, nét mặt tươi tắn, trang điểm vừa phải, quần áo lịch sự gọn gàng, sạch sẽ, phù hợp với hoàn cảnh giao tiếp, ăn mặc đẹp làm đối tượng giao tiếp cảm thấy tôn trọng, ngưỡng mộ, dễ khiến người khác hài lòng. Ngược lại, nếu ăn mặc lôi thôi, lếch thếch, đầu óc bù xù sẽ làm đối tác thất vọng, chán ngán, thậm chí khinh rẻ chúng ta, điều đó đem lại nhiều bất lợi trong giao tiếp.

Trong giao tiếp nhiều khi ta nên quan sát dáng vẻ của đối tượng giao tiếp ta có thể nắm bắt được vị trí, vai trò xã hội của họ. Nó thể hiện qua tướng mạo, tư thế như : người có cương vị cao trong xã hội luôn có dáng dấp đường bệ, chững chạc. Dáng vẻ còn thể hiện tâm trạng của đối tượng giao tiếp : Khi vui vẻ họ sẽ đi lại vui vẻ, nhanh nhẹn, tung tăng. Khi buồn rầu thì đầu cúi thấp, lặng im không nói gì. Khi hoan nghênh mở rộng cánh tay, hai vai. Khi hạ quyết tâm thì môi mím chặt, tay nắm lại. Khi hối hận thì chân tay bứt rứt. Khi không vừa ý thì lắc mạnh đầu. Trầm tư thì chắp tay sau lưng hoặc xoa cằm bóp trán…

+ Khoảng cách giao tiếp :

Nói về mức độ quan hệ của hai người trong giao tiếp như đã nói ở mục *1.1.3.3(Khoảng cách giao tiếp – Phân loại giao tiếp)*.

Mức độ càng thân thiết thì khoáng cách càng gần, nếu như là quan hệ thù ghét, không ưa nhau thì họ thường tránh xa nhau, không muốn đứng gần.

+ Đồ vật :

Trong giao tiếp người ta cũng hay dùng đồ vật như : Bưu ảnh, bưu thiếp, hình, hoa, đồ lưu niệm…tất cả những cái đó đều có ý nghĩa trong việc thiết lập mối quan hệ, biểu hiện tình cảm thái độ giữa những người giao tiếp với nhau.

Ở trên ta đã tìm hiểu về một số phương tiện giao tiếp phi ngôn ngữ. Điều cần lưu ý ở đây là việc sử dụng các phương tiện phi ngôn ngữ này sẽ chịu sự ảnh hưởng của phong tục, tập quán, các yếu tố về văn hóa, đặc điểm dân tộc…Vì vậy khi sử dụng các phương tiện này ta phải nắm rõ nó phù hợp trong hoàn cảnh mà ta giao tiếp, tránh làm ảnh hưởng tới cuộc giao tiếp để đạt hiệu quả cao.

1.2. Ứng xử :

1.2.1. Khái niệm chung về ứng xử :

Ứng xử là 1 đề tài muôn thuở của phép "đối nhân xử thê" của người đời. Ở mọi thời đại, mọi quốc gia trong nền văn hóa của mình đều có nói đến phép ứng xử giữa người với người trong mọi lĩnh vực của cuộc sống. Đã có nhiều công trình nghiên cứu về ứng xử ở những khía cạnh khác nhau.

Watson – Nhà tâm lý học Mỹ - đại diện của chủ nghĩa hành vi đã cho rằng : "Ứng xử của cá nhân là quá trình tiếp nhận kích thích ngoại giới và phản ứng đáp lại kích thích đó của cơ thể".

Ông đánh đồng mọi hành vi - ứng xử của con người với hành vi của con vật. Watson cho rằng mọi tác nhân kích thích ngoại giới(S-stimulus) tác động vào cơ thể đều cho một phản ứng trả lời (R-respenses). Việc nghiên cứu tâm lý nói chung và tâm lý ứng xử nói riêng đều tập trung vào việc giải quyết mối quan hệ giữa S-R tức là giải quyết mối quan hệ giữa cá nhân và môi trường trong cuộc sống của mỗi cá nhân.

Skinner người kế tục và phát triển của Watson đã chứng minh được rằng từ tác nhân kích thích của ngoại giới (S) đến phản ứng đáp lại của chủ thể (R) đều có sự tham gia của ý thức. Điều đó dẫn đến mỗi cá nhân sẽ có những phản ứng khác nhau ở từng thời điểm,hoàn cảnh khác nhau.

Lý thuyết hành vi ứng xử của 2 nhà tâm lý học nổi tiếng trên cũng đã cho ta thấy sự quan trọng và cần thiết của việc nghiên cứu hành vi ứng xử của con người.

Ứng xử là vấn đề được các nhà tâm lý học hiện nay rất quan tâm, nó là sự đúc kết kinh nghiệm của con người trong quá trình sống và làm việc.

Vậy ứng xử đã được khái niệm như thế nào ? Ta sẽ xem xét khái niệm của tác giả Lê Thị Bừng trong cuốn " Tâm lý học ứng xử " :

"Ứng xử là sự phản ứng của con người đối với sự tác động của người khác đến mình trong một tình huống cụ thể nhất định. Nó thể hiện ở chỗ con người không chủ động trong giao tiếp mà chủ động trong phản ứng có sự lựa chọn, có tính toán, thể hiện qua thái độ, hành vi, cử chỉ, cách nói năng – tùy thuộc vào tri thức, kinh nghiệm và nhân cách của mỗi người nhằm đạt kết quả giao tiếp cao nhất".

Theo bà thì ứng xử của con người không chủ động trong giao tiếp, không chủ động tạo ra hành động mà chủ động ở thái độ, phản ứng trước những thái độ,hành vi,cử chỉ của người khác trong một hướng cụ thể nào đó.

Vậy, ứng xử được thể hiện phải trong một tình huống giao tiếp cụ thể. Song không phải mọi sự giao tiếp đều có ứng xử xảy ra.

Ứng xử là cái biểu hiện ra bên ngoài của cái tâm, cái tình của con người, là thước đo lòng người đối với mỗi cá nhân trong từng thời điểm, từng hoàn cảnh cần có những hành vi ứng xử phù hợp. Không thể có cách ứng xử chung cho mọi người,ngay cả đối với bản thân ta tùy từng hoàn cảnh, tâm trạng, mục đích…khác nhau cũng có những cách ứng xử khác nhau.

1.2.2. Bản chất của ứng xử :

Tâm lý con người là một bộ môn nghiên cứu vô cùng phức tạp và đa dạng. Chúng ta sẽ rất khó có thể đoán trước được tâm lý của một ai đó, và vì vậy cũng khó để biết người đó sẽ xử sự ra sao trong một hoàn cảnh cụ thể. Nếu có chăng, ta cũng phỏng đoán họ sẽ làm như thế này, làm thế kia mà thôi. Mỗi người sẽ có cách ứng xử khác nhau, nhưng mọi cung cách ứng xử đều thể hiện cái tâm, cái tình cả mỗi con người.

Người nhân hậu sẽ có cách ứng xử xuất phát từ lòng nhân ái, cái tâm nhân hậu đó sẽ xui khiến họ ứng xử với người đời độ lượng, nhân đạo, tôn trọng nhân cách của người khác. Trong quan hệ với người, người nhân hậu sẽ dễ cảm thông, chia sẻ những rủi ro, bất hạnh của mọi người, vui sướng vì những thành công của người khác, luôn mong muốn mọi người tiến bộ, thành đạt. Những người này thường xây dựng những mối quan hệ thân thiết trong cuộc sống và công việc.

Những người ứng xử với cái tâm không nhân hậu(ác tâm). Sự ác tâm này sẽ xui khiến họ ứng xử với người khác một cách ti tiện, ích kỉ, vô tâm, thiếu tôn trọng nhân cách người khác, anh ta không biết thông cảm, chia sẻ với người khác về những rủi ro, bất hạnh của họ, đố kị với người khác về thành công của họ, không muốn ai hơn mình. Trong cung cách ăn nói họ thường xúc phạm đến lòng tự trọng của người khác, làm tổn thương đến danh dự, phẩm chất của mọi người. Chính cái ác tâm độc địa này đã khiến họ chỉ có những mối quan hệ không lấy gì làm đẹp đẽ trong cuộc sống và công việc.

Qua cách ứng xử thông thường, ta có thể dễ dàng hiểu thêm về nhân cách của một con người. Mọi ứng xử của con người đều xuất phát từ cái tâm, cái tình của họ. Sự ứng xử của con người cũng rất đa dạng, không ai giống ai. Nhà văn Lê Lưu đã khéo quát trong tác phẩm " Mở Rừng" như sau

" Không có cách sống nào làm châm ngôn phổ biến hoàn hảo cho tất cả mọi hoàn cảnh, mọi tầng lớp một cách cụ thể cả, sống như thế nào vẫn có nhược điểm của

nó. Anh sống sôi nổi, dễ nóng nảy, không sâu, anh tính toán chi ly chắc sẽ hẹp hòi, bảo thủ. Anh lành dễ cục và ù lì. Anh thông minh tháo vát dễ láu cá, giả dối.Anh tiếp xúc ít thì sâu nhưng đơn điệu, hiểu biết hẹp. Anh quan hệ nhiều dễ chàng màng, khách sáo. Người tốt nhiều nhất thấm được nhiều cái tình trong mỗi cách sống. Nhưng nói gì thì nói chủ yếu bậc nhất vẫn là cái tình".

Điều quan trọng trong việc xem xét sự ứng xử của một người ta phải hiểu đó là hiện tượng hay bản chất. Điều đó thật không dễ đối với những người hời hợt, bàng quang. Dù thế nào thì ta nên lưu ý :

"Sông sâu còn có kẻ đo

Lòng người ai tỏ mà đo cho tường"

Chúng ta chỉ nên nhìn cách một người ứng xử để xem họ là người ra sao mà thôi, chứ không thể và không nên hi vọng sẽ hiểu hết được lòng người đó.

1.2.3. Các kiểu ứng xử :

Có nhiều cách phân loại ứng xử, hiện nay vẫn chưa có ý kiến thống nhất về vấn đề này. Sự phân chia các kiểu ứng xử còn tùy thuộc vào mỗi quan điểm của mỗi cá nhân, và vào tiêu chí phân loại. Sau đây ta sẽ xét các kiểu ứng xử dựa trên 3 khía cạnh sau :

1.2.3.1. Căn cứ vào yêu cầu đạo đức của xã hội có 2 kiểu :

_Ứng xử tốt – đúng mực : Thể hiện qua thái độ phù hợp với hành vi, phù hợp với yêu cầu xã hội.

_Ứng xử xấu : Thái độ phù hợp với hành vi nhưng không phù hợp với yêu cầu của xã hội.

1.2.3.2. Căn cứ vào phong cách ứng xử :

Mỗi cá nhân sẽ có một phong cách sống, do vậy họ cũng có những cung cách ứng xử riêng. Dưới đây là 3 kiểu ứng xử thường gặp :

_Kiểu ứng xử độc đoán : Do tính độc đoán chiếm ưu thế nên mọi lúc, mọi nơi (cơ quan, nhóm bạn bè, ở gia đình…) những người này thường không quan tâm đến

những đặc điểm riêng của đối tượng giao tiếp, thiếu thiện chí và gây căng thẳng đối với họ. Nếu ở cương vị lãnh đạo những người có tính cách này khó thiết lập mối quan hệ với cấp dưới, khó chiếm được cảm tình đối với người khác.

_Kiểu ứng xử dân chủ : Biểu hiện nổi bật của kiểu ững xử này là sự nhiệt tình, thiện ý cởi mở,sự tôn trọng nhân cách của đối tượng giao tiếp. Những phẩm chất này chiếm ưu thế trong cách ứng xử của họ, họ biết lắng nghe, biết quan tâm giúp đỡ người khác khi cần thiết nên họ cũng dễ dàng thiết lập mối quan hệ tốt với mọi người và dễ đạt hiệu quả cao trong giao tiếp.

_Kiểu ứng xử tự do : Thể hiện ở tính linh hoạt quá mức trong giao tiếp. Họ dễ thay đổi mục đích, không làm chủ được diễn biến tâm lí của mình, dễ "chiều theo đối tượng giao tiếp". Những người này thường để đánh mất các mối quan hệ, do vậy dễ mất uy tín.

Trong giao tiếp họ tỏ ra không sâu sắc, thiếu lập trường vì họ không làm chủ được mình. Những người này dễ xuề xòa trong công việc.

1.2.3.3. Căn cứ cào thần kinh của khí chất :

Ta sẽ chia làm những kiểu chính sau :

_Kiểu ứng xử mạnh mẽ (Kiểu thần kinh mạnh – Không cân bằng, không linh hoạt) :

Cách ứng xử này sẽ thể hiện : Khi có tác động bên ngoài họ - họ có phản ứng ngay bằng thái độ, hành vi – cử chỉ. Những phản ứng đó có thể là tích cực hoặc tiêu cực.

Trong khi giao tiếp có ai đó xúc phạm đến họ trước mặt người khác, họ tỏ thái độ không bình tĩnh, phản ứng một cách gay gắt, nóng nảy, họ không thể bình tĩnh để suy xét xem nên hành động thế nào. Tuy nhiên trong trường hợp giao tiếp diễn ra thuận hòa họ sẽ tỏ ra là người nhân hậu, vị tha.

_Kiểu ứng xử linh hoạt (Kiểu người thần kinh mạnh – Cân bằng,linh hoạt):

Mọi tác động khách quan tới họ đều được tiếp nhận nhẹ nhàng thoải mái. Nếu có ai đó nói quá lời họ cũng không giận, không cáu gắt. Khi phê bình ai đó họ áp dụng phương châm : "Trong khi nói đùa là lúc người ta nói thật nhất" làm cho người khác tiếp thu cũng nhẹ nhàng, thấm sâu vì nó có phần hài hước.

Sau đây, xin được trích một câu truyện minh họa :

Vonte và người tùy tùng

Vào một buổi sáng đẹp trời, Vonte gọi anh hầu và bảo anh sửa soạn mọi thứ để lát nữa hai người sẽ vào rừng đi săn. Ít phút sau anh hầu mang lên cho Vonte một đôi ủng cũ bẩn.Vonte nhìn đôi ủng cau mày nói :

_Tôi đã bảo anh chuẩn bị đi rồi mà anh còn để đôi ủng bẩn thế này à?

Anh hầu điềm nhiên trả lời :

_Thưa ông, con nghĩ không việc gì phải lau sạch đôi ủng vì đi một lúc đằng nào nó cũng bẩn.

_Được rồi, thế thì lên đường đi ngay thôi.

_Dạ thưa ông, con chưa kịp ăn sáng, đói lắm ạ!

Vonte xua tay :

_Không hề chi, đi một lúc thì đằng nào anh cũng đói.

Lời bình : Vonte đã khéo léo nhắc nhở anh hầu về việc không lau đôi ủng thông qua chính câu nói mà anh này dùng để biện minh cho hành động của mình. Việc nhắc nhở, phê bình này của Vonte khiến anh hầu không tự ái mà lại làm anh ta thấy xấu hổ với bản thân mình, tự hứa sẽ không bao giờ lặp lại sai lầm đó nữa.

_Kiểu ứng xử bình thản (Kiểu thần kinh mạnh – cân bằng) :

Họ luôn tỏ ra bình tĩnh, chính chắn, thận trọng. Trước khi phản ứng với tác động bên ngoài, họ đều suy nghĩ, cân nhắc, lựa chọn thái độ, hành vi, cử chỉ…do đó phản ứng của họ bao giờ cũng thận trọng, có tính toán. Tuy nhiên đôi khi trong giao tiếp họ bỏ lỡ cơ hội do chậm thích nghi với những tình huống bất thường xảy ra.

_Kiểu ứng xử chậm (Thần kinh yếu) :

Những người này luôn tỏ ra mặc cảm, sợ sệt, không chủ động. Một lời nói nặng, một lời bông đùa quá mức…cũng làm họ suy nghĩ, bâng khuâng. Họ thích sống một mình một kiểu, một mình mình biết, một mình mình hay, sức chịu đựng yếu, dễ bị dao động, khó chịu mỗi sự phê bình nặng nề. Tuy vậy nếu khéo léo động viên, phát huy mặt tích cực của họ thì họ rất dịu dàng, tế nhị trong giao tiếp. Họ là người rất giàu cảm xúc.

Tất cả các kiểu ứng xử ở trên tuy chưa thật đầy đủ, nhưng là những kiểu ứng xử thông thường nhất. Trong thực tế, sẽ còn nhiều những tình huống giao tiếp khác xảy ra, tùy vào mỗi trường hợp mà con người sẽ có những ứng xử khác nhau. Không có trường hợp nào giống trường hợp nào. Nhờ những kinh nghiệm cuộc sống, những hiểu biết, lòng nhân hậu và bản lĩnh cá nhân. Con người tự điều chỉnh cách ứng xử để đạt được kết quả mong muốn, gây được ấn tượng tốt đẹp với nhau trong cuộc sống, trong giao tiếp.

1.3. Nghệ thuật giao tiếp ứng xử trong xã hội :

Hoạt động giao tiếp ứng xử diễn ra thường nhật ở mỗi người, ở mọi không gian và thời gian. Hiệu quả của việc giao tiếp như thế nào tùy thuộc vào cung cách ứng xử, về nội dung cũng như hình thức giao tiếp.

Mọi ứng xử của con người đều thể hiện nhân cách, nhận thức, thái độ của họ về sự vật, hiện tượng đó. Tùy từng thời điểm, từng hoàn cảnh, chúng ta nên có những hành vi ứng xử phù hợp. Không thể có cách ứng xử chung cho tất cả mọi người, ngay cả đối với bản thân ta cũng tùy từng hoàn cảnh, tâm trạng, mục đích…khác nhau sẽ có những ứng xử - giao tiếp khác nhau. Vậy sau đây, ta sẽ cùng xem xét những điều nên, không nên trong giao tiếp ứng xử thông thường. Qua đó, ta sẽ kết luận để có những bí quyết chung nhằm giao tiếp ứng xử đạt hiệu quả cao.

1.3.1. Tại sao chúng ta lại giao tiếp kém hiệu quả ?

Đây là câu hỏi mà rất nhiều người quan tâm, vì trong khi giao tiếp họ khó có thể đạt được mục đích ban đầu của mình, họ không thể giao tiếp hoặc không biết nên xử sự ra sao trong hoàn cảnh đó…

Vậy câu trả lời nằm ở đâu ? Đã có nhiều kết luận, nhiều giả định về vấn đề này. Sau đây là một số nguyên nhân chính khiến giao tiếp kém hiệu quả :

* Không tự tin vào bản thân mình.

Họ thừa mặc cảm về bản thân nên khi giao tiếp tự thấy mình thấp kém, không dám tranh luận, đề cập tới vấn đề mà mình muốn nói. Họ e ngại người khác phản đối nên tự thu mình lại trong cuộc giao tiếp đó.

Họ không tự tin về chính sự chuẩn lí của mình như : Trang phục, nội dung của vấn đề cần bàn tới, giọng nói, diện mạo…những yếu tố này khiến họ không dám giao tiếp, việc đạt được mục đích giao tiếp rất khó đối với những người không tự tin.

* Nghĩ sai về vấn đề cần nói tới.(Suy diễn sai) :

Đây là nguyên nhân thứ hai khiến cuộc giao tiếp bị thất bại.

* Bất đồng ngôn ngữ :

Đây là sự thất bại thảm hại nhất trong giao tiếp. Hai người đã không hiểu nhau về ngôn ngữ sẽ không thể tiến hành giao tiếp hiệu quả được. Một số cuộc giao tiếp dù dùng chung 1 loại ngôn ngữ nhưng sử dụng những "tiếng lóng" hay tiếng địa phương khiến quá trình giải mã thông tin rất khó khăn cũng vẫn gây thất bại trong giao tiếp. Điều này rất dễ gây hiểu lầm, làm thay đổi hành vi của người nhận đối với mong muốn của người truyền đạt thông tin.

* Nhận thức khác nhau :

Nhận thức khác nhau tạo ra khoảng cách trong giao tiếp.Khoảng cách đó sẽ được thu hẹp dần nếu 2 người có cùng một nhận thức như nhau, khả năng tạo ra thành công trong giao tiếp là rất dễ dàng.

* Thời gian giao tiếp không hợp thời,không đúng lúc :

Không phải bất kì thời gian nào giao tiếp cũng có kết quả, thời gian chính là vũ khí để ta thành công trong giao tiếp.

Ví dụ : _Khi một người buồn rầu bởi sự ra đi của một ai đó mà ta lại kể cho họ nghe một câu chuyện cười thì quả thật vô duyên.

_Khi đứng trước một người đang bực tức chán nản thì ta có muốn họ giải quyết một vấn đề nào đó thì quả là rất khó.

*Quá tải thông tin giao tiếp :

Thông tin giao tiếp đưa ra quá nhanh quá nhiều khiến cho các nơ-ron thần kinh cưa kịp phản ứng, điều này sẽ làm cho người tiếp nhận thông tin không kịp tiếp thu.

Việc quá tải thông tin sẽ dễ gây thất bại trong giao tiếp là điều tất yếu.

1.3.2. Những thuộc tính tâm lý cần có khi giao tiếp - ứng xử :

* Năng lực quan sát đối phương :

Ngay từ cái nhìn đầu tiên, ta phải định hướng được đối tượng giao tiếp qua : Khuôn mặt, dáng người, điệu bộ, cách nói…Điều này sẽ giúp ta biết cách ứng xử với từng người, giúp ta nắm được sơ bộ ban đầu, chân dung đối tượng giao tiếp.

* Kĩ năng biểu hiện những ý nghĩ,tình cảm,nhận thức của mình đối với người khác :

Ngay từ đầu ta nên làm họ có cảm tình và đồng cảm với ta. Chính điều này sẽ tạo ra thành công trong giao tiếp - ứng xử.

* Tôn trọng người giao tiếp :

Không có ai là hoàn toàn xấu, không có ai là hoàn toàn tốt. Vì vậy khi tiếp xúc với một người ta nên dành cho họ thiện cảm, nhìn nhận cái tốt ở họ, không định kiến.

Gớt – Một nhà triết học Đức đã dạy : Nên đối xử với anh ta tốt hơn cái mà đáng ra anh ta không được hưởng. Bởi lẽ trong xã hội vị thế có thể khác nhau nhưng nhân cách là bình đẳng.

* Năng lực tự chủ trong các tình huống giao tiếp :

Làm chủ được mình là một điều kiện quan trọng để thành công trong giao tiếp - ứng xử. Bởi lẽ trong cuộc sống luôn có những thăng trầm, sóng gió, không ai là sống phẳng lặng được qua ngày này ngày khác. Có những lúc ta bị xúc phạm, thất bại nếu không làm chủ được mình, nói năng quá lời, làm những điều dại dột thì mối quan hệ của ta với người khác không còn như trước nữa. Trong giao tiếp khi ta làm chủ được bản thân, ta sẽ biết mình nên nói gì, nên làm gì để không làm phật ý người tiếp xúc.

1.3.3. Những điểm nên tránh mắc phải trong giao tiếp ứng xử :

* Tỏ thái độ không quan tâm tới cuộc nói chuyện :

+ Không nhìn vào mắt đối tượng giao tiếp.

+ Mắt nhìn đi nơi khác khi đối tượng đang nói.

+ Có những hành động thể hiện sự không quan tâm như : Đọc sách, báo, tài liệu, mắt liếc đồng hồ, làm một việc riêng nào đó…

+ Nét mặt thể hiện sự bồn chồn, nóng lòng có vẻ đang vội vàng đi đâu đó, không chú ý đến đối tượng đang nói.

* Nói sai đề tài, nói lan man, không tập trung vào vấn đề cần nói:

+ Nói không rõ ràng, giải thích không đầy đủ khiến người nghe không hiểu được hết vấn đề.

+ Không trả lời câu hỏi được nêu ra mà quanh co, dài dòng gây cảm giác khó chịu cho người hỏi.

+ Nói thao thao bất tuyệt về một vấn đề nào đó mặc kệ thái độ khó chịu của người nghe.

* Tự cho rằng mình cái gì cũng biết :

+ Hay nói về bản thân mình trước người khác.

+ Bắt người nghe phải chuyển đề tài đang bàn luận sang đề tài mà mình muốn nói.

+ Làm ra vẻ hiểu biết rộng.

* Kích bác, công kích nói xấu ai đó :

* Dùng những lời lẽ suồng sã quá mức độ quan hệ, chêm những câu nước ngoài một cách tùy tiện.

* Rụt rè, lảng tránh, ấp úng.

1.3.4. Bí quyết để thành công trong giao tiếp ứng xử :

Sau khi ta đã tìm hiểu về những nguyên nhân gây giao tiếp kém hiệu quả, những điểm cần có và cần tránh trong giao tiếp ứng xử thông thường. Bây giờ ta sẽ tìm hiểu xem vậy lí thuyết để có thể thành công trong giao tiếp là gì ? Liệu khi vận dụng những điểm này trong thực tế,ta có thể giao tiếp ứng xử hiệu quả hay không ?

Dưới đây là một số lí thuyết để ta giao tiếp hiểu quả hơn :

(1). Hãy coi tất cả mọi người đều là nhân vật quan trọng.

Đây là một nhu cầu đặc trưng rất quan trọng của con người. Nhu cầu này giúp con người vươn lên trong cuộc sống và vị thế xã hội. Khi giao tiếp ta coi đối tượng giao tiếp là quan trọng, họ sẽ coi ta là quan trọng. Khi cả 2 đều tỏ ra tôn trọng nhau, cuộc giao tiếp sẽ diễn ra trong bầu không khí hòa bình, bình đẳng.

(2). Hãy học và làm theo câu : "Biết người biết mình,trăm trận trăm thắng".

Khi ta "biết người", ta sẽ ứng xử hợp lí, hợp tình với đối tượng đó. Biết khi nào nên làm điều này với họ, nên nói gì với họ lúc này…

Khi ta "biết mình", ta sẽ khiêm tốn, càng ít bộc lộ cái mạnh, cái yếu thì ta sẽ càng thành công trong giao tiếp.

(3). Hãy tôn trọng và giữ thể diện cho người khác :

Sai lầm lớn nhất của một người là xem thường người khác. Ai cũng muốn được tôn trọng, được bảo vệ danh dự của mình. Trong giao tiếp, tranh luận ta rất dễ làm tổn thương người khác vì muốn chứng minh mình đúng, còn người khác thì sai. Vô hình dung ta đã làm tổn hại danh dự, lòng tự trọng của họ.

Hãy nhớ rằng, ngay cả khi ta hoàn toàn có lí thì ta cũng cần phải khéo léo tỏ ý kiến của ta đối với người khác. Không nên kênh kiệu, khoe khoang. Điều này sẽ làm xấu nhân cách của ta, mất đi niềm tin với người khác.

Còn ngược lại, khi ta sai ta hoàn toàn có thể xin lỗi và sửa chữa sai lầm của mình. Các Mác nói rằng : "Người thông minh là người nhanh chóng nhận ra lỗi lầm của mình và sẵn sàng sửa chữa lỗi lầm.".

Con người không ai là hoàn hảo, vì vậy ta không nên có thái độ bất cần, chán nản khi gặp thất bại. Phải lạc quan, tin tưởng vào sự cố gắng của bản thân trong tương lai.

(4). Hãy khen để cho họ một niềm tin vào khả năng, sự cố gắng và những thành tích của họ.

Lời khen sẽ làm cho người ta phấn chấn, tự tin vào cố gắng vươn lên của mình.

Lời khen phải dựa vào thực tâm tại đáy lòng phát ra, không phải xu nịnh giả dối. Sự nịnh hót sẽ khiến người đời khinh bỉ.

(5). Hãy cười và nói những câu ngọt ngào :

Chỉ một nụ cười cũng đủ làm thay đổi nét mặt một con người và cải thiện mối quan hệ giữa người với người.

Nụ cười nở trên môi đi kèm với giọng nói ngọt ngào đầy thiện cảm sẽ tạo mối quan hệ tốt hơn trong giao tiếp.

Ngay cả khi phê bình, nhắc nhở ai bạn cũng nên giữ giọng nói ngọt ngào, tế nhị sẽ hiệu quả hơn những lời gắt gỏng với vẻ mặt hầm hầm.

(6). Hãy biết quan tâm tới người khác,để mình được quan tâm :

Hãy nói tới những điều hợp với sở thích của đối tượng giao tiếp, hướng cuộc nói chuyện tới đề tài mà người đó quan tâm.

Khi ta quan tâm tới người khác thì người ta cũng sẽ quan tâm, giúp đỡ ta. Tránh nói đến cái mình muốn trước khi nói đến những điều mà họ quan tâm.

(7). Hãy lắng nghe người khác nói :

Lắng nghe để hiểu họ, để thông cảm, sẻ chia với họ điều này chính là tôn trọng họ, tôn trọng bản thân mình.

Hãy tạo điều kiện để họ có thể nói một cách thoải mái, tránh cắt ngang, cướp lời hoặc chặn họng người khác.

(8). Hãy cư xử phù hợp với từng người, từng hoàn cảnh. Hãy nhớ : "Sống mỗi người một nết, chết mỗi người một bệnh.".

Sự thành công trong ứng xử giao tiếp phụ thuộc hoàn toàn vào cách chúng ta nắm bắt đối tượng, hoàn cảnh giao tiếp ra sao. Song nó cũng phụ thuộc vào nghệ thuật giao tiếp ứng xử, điều này đòi hỏi chúng ta phải không ngừng học hỏi kinh nghiệm ứng xử qua sách vở, qua chính thực tiễn cuộc đời mình. Biết linh hoạt, sáng tạo những ứng dụng những điều đó trong thực tiễn bạn đã thành công một phần trong giao tiếp ứng xử.

1.4. Giao tiếp ứng xử với người nước ngoài :

1.4.1. Những nét cơ bản trong vấn đề giao tiếp ứng xử của một số nước trên thế giới :

Trong nền kinh tế thị trường ngày nay, các nghành doanh nghiệp Việt Nam đang mở rộng quan hệ với nước ngoài nhằm phát triển hoạt dộng doanh nghiệp. Trong dó kinh doanh khách sạn cũng không phải là một ngoại lệ. Xã hội càng phát triển thì nhu cầu giao tiếp càng tăng, càng đa dạng phong phú vì chịu sụ ảnh hưởng của nhiều nền văn hóa khác nhau.

Mỗi nước sẽ có cách ứng xử giao tiếp khác nhau do hoàn cảnh địa lý, phong tục tập quán, lễ nghi khác nhau. Do vậy, khi muốn giao tiếp với người nước ngoài ta phải nắm bắt được nhu cầu sở thích, thói quen… của khách. Một điều không thể thiếu khi giao tiếp với người nước ngoài là trình độ ngoại ngữ. Người làm du lịch nói chung và người làm khách sạn nói riêng đều phải có vốn ngoại ngữ vững chắc.

Dưới đây là đặc điểm về văn hóa cũng như giao tiếp của một nước trên thế giới

_Các nước Đông Nam Á : (Thái Lan, Lào, Campuchia) khi giao tiếp với những nước này không nên ngồi vắt chân chữ ngũ, nếu không sẽ phá vỡ mối quan hệ. Nếu vô tình lắc chân để cho đế giày hướng vào đối phương giao tiếp thì đàm phán sẽ dễ thất bại. Dù bạn có vô ý chạm vào đối phương cũng không thể tha thứ.

_Australia : Phần lớn người Australia tiếp khách trong quán rượu. Cần nhớ rõ bữa cơm do ai trả tiền, không nên quá sốt sắng cũng đừng quên vấn đề này.

_Người Anh : Họ kiêng kị 3 thứ :

+ Thắt caravat kẻ sọc.

+ Lấy chuyện hoàng tộc ra chế giễu.

+ Đừng nói người Anh là người Anh. Hãy nói họ là người "Briton" như vậy sẽ hài lòng tất cả người Anh.

_Người Pháp : Không thích hỏi nhiều về đời tư của thương gia, không thích đề cập tới việc riêng gia đình, bí mật buôn bán.

_Người Đức : Thích làm việc có kế hoạch, rất tiết kiệm hay để ý đến hình thức, thích mặc áo đệm vải và đội mũ phớt. Không thích đàm luận lan man.

_Người Thụy Sĩ : Thích những công ty có thâm niên, càng lâu năm sẽ càng được yêu mến. Bạn nên thêm năm thành lập công ty vào danh thiếp, điều đó có tác dụng ngoài mong muốn của bạn.

_Người Phần Lan : Không thích mặc đồng phục, họ luôn bảo thủ, một khi đã quyết định và bắt tay bạn là coi như ký kết hợp đồng. Họ thích đúng giờ, hãy tặng bà chủ nhà những bông hoa lẻ (5 hoặc 7). Đừng nếm thức ăn khi chủ nhà mời rượu. Tránh nói chuyện chính trị. Nam nữ Phần Lan gặp nhau đều bắt tay.

_Các nước Hồi Giáo : Nên chú ý những điểm như sau :

+ Thận trọng trong từng lời nói,cử chỉ.

+ Họ không uống rượu, không ăn thịt bò

+ Phụ nữ lái xe là điều kiêng kị.

+ Trong bữa tiệc bà chủ không có mặt, bạn không nên hỏi về bà chủ vì đây sẽ là một sai lầm.

_Người Nam Mĩ : Họ thích trang phục sẫm, thích đúng giờ. Khi đàm phán họ tỏ ra thân mật, ngồi gần, có thể ghé sát miệng vào tai đối phương.

_Người Mĩ :

+ Coi trọng sự đúng giờ.

+ Quan tâm tới hình thức.

+ Ít bắt tay lúc từ biệt nên không cần chú ý việc này.

+ Muốn nói năng thoải mái khi thương lượng.

_Người Nhật :

+ Thích khiêm tốn, không khoa trương về nghề nghiệp, danh vị…

+ Kị mặc áo sẫm màu (màu đen).

+ Rất vệ sinh, sợ dịch bệnh.

+ Khi mắc lỗi, hãy thành thật xin lỗi họ, họ sẽ bỏ qua, không cố chấp.

Một nhận xét được giáo sư trường đại học Wakayama (Nhật Bản) đưa ra về cách xử lý của một số nước trước một tình huống như sau:

Tính cách cơ bản nhất của mỗi người sẽ bộc lộ khi có cách nào đó đẩy người ta vào hoàn cảnh buộc phải có lựa chọn duy nhất và chỉ có một lựa chọn duy nhất mà thôi cho hành vi của mình. Cách đó theo ông, giống như người ta làm phép tính vi phân vậy, và bằng cách để cho người đó rơi vào hoàn cảnh chỉ còn 1$ cuối cùng. Người Mỹ làm gì với 1$ cuối cùng đó? Anh ta sẽ chạy ra đầu phố và tìm cách bán quả táo đó ở cuối phố với giá 1,2$, và cố gắng cho 1$ đó quay vòng thật nhiều trong ngày. Người Pháp: Anh ta sẽ thở dài và đi mua một bông hoa cẩm chướng thật đẹp, tìm gặp người yêu, quỳ dưới chân nàng, tặng bông hoa và nói những điều có cánh thấm đẫm nước mắt. Người Trung Quốc: Anh ta sẽ tìm gặp những người Trung Quốc khác cùng cảnh ngộ như thế bàn nhau chung những đồng $ cuối cùng để mở một gánh phá xá hay mì vằn thắn. Với người Nhật thì sao? Anh ta sẽ liệng 1$ cuối cùng của mình vào

một xó xỉnh, hay một hầm tủ khuất kín cố gắng không ngĩ tới nghĩ đến nó nữa , và tự đặt mình vào một tình thế cực đoan: nỗ lực thì sống, không nỗ lực thì chết. Để vài chục năm sau với nỗ lực phi thường của mình, người Nhật đã kiếm được món tiền khá lớn. Lúc này anh ta mới nghĩ đến việc xây lại ngôi nhà cũ của mình. Anh ta lục lại đống đồ cũ tìm lại 1$ trước kia, vuốt lại cho nó ngay ngắn và gắn nó trong một khung sơn son thiếp vàng thật đẹp, và treo nó vào một nơi trang trọng trong nhà để con cháu lấy đó làm bài học cho mình.

Mỗi dân tộc sẽ có những phong tục, tập quán khác nhau. Khi giao tiếp với người nước ngoài ta nên chú ý tới tính cách dân tộc của họ, để tránh làm mất lòng họ và để cuộc giao tiếp được thành công.

1.4.2. Một số quy tắc chú ý khi giao tiếp ứng xử với người nước ngoài :

(1). Nên tránh hỏi về các vấn đề : Tuổi tác, tình trạng, hôn nhân, thu nhập, địa chỉ, quá khứ, công việc, tín ngưỡng tôn giáo và quan điểm chính trị. Đây đều là những điều kiêng kị đối với hầu hết người nước ngoài. Nó mang tính cá nhân, nên tránh hỏi là tốt nhất.

(2). Nếu ai đó hắt hơi, sổ mũi nếu ở gần ta phải chúc phúc lành "God bless you" (Cầu chúa phù hộ cho anh). Còn nếu anh ta bị hắt hơi ta phải xin lỗi "Excuse me, please". Nếu được chúc phúc phải cảm ơn "Thank you". Nếu ai nhỡ tay đánh đổ nước, đổ rượu ta cứ lờ đi coi như không thấy là tốt nhất.

(3). Tránh hỉ mũi, khạc đờm, nhổ nước bọt chỗ đông người, không cạy móng tay, không rung đùi, móc lỗ mũi, lỗ tai, xỉa răng nơi công cộng…

(4). Nên biết một số ý nghĩa của những cử chỉ thông thường như :

_Gật đầu : Đồng ý.

_Lắc đầu : Không hài lòng.

* Đối với người Bungari thì :

_Gật đầu : Không đồng ý.

_Lắc đầu : Đồng ý.

* Đối với người hành động cụp mi mắt xuống sẽ có ý nghĩa :

_Ả rập xê út : Bạn đang coi họ là kẻ ngốc nghếch.

_Bắc Iran : Sự nịnh bợ thô thiển.

* Khi đặt một câu hỏi mà bạn gãi tay hoặc kéo rái tai sẽ là :

_Dân địa Trung Hải : Họ sẽ tưởng bạn tuôn ra một lời chửi mắng khiếm nhã.

_Bồ Đào Nha : Biểu thị sự dễ chịu,họ sẽ đáp lại bạn bằng một nụ cười hiền lành.

* Khi bạn giơ ngón tay cái lên,nó sẽ có ý :

_Người Anh, Châu Âu : Biểu thị một cái gì đó rất tốt đẹp.

_Người đảo Sadina : Đó là một hành động sỗ sàng.

* Nếu bạn tạo vòng tròn bởi ngón cái và ngón trỏ sẽ tạo rất nhiều ý nghĩa khác nhau:

_Người Mĩ sẽ coi đó là "OK".

_Người Nhật thì nghĩ phải chuẩn bị tiền.

_Người Tuynidi sẽ hôt hoảng vì : "Tao sẽ giết mày".

_Người Colombia : Sôi nổi sẽ bị mất hết bình tĩnh vì cử chỉ khiếm nhã này.

_Người Xiry : Sợ hãi vì tưởng mình bị tống cổ khỏi nơi này.

_Người Pháp : Là con số không (Không hề gì).

Trong giao tiếp ứng xử với người nước ngoài ta nên hiểu được một số nét văn hóa, truyền thống của họ, song nên giữ bản sắc văn hóa của dân tộc mình.

Điều quan trọng trong giao tiếp - ứng xử với người nước ngoài ta phải gây cho họ ấn tượng tốt đẹp về văn hóa Việt, tôn trọng văn hóa, truyền thống của nước bạn, tạo lập mối quan hệ quốc tế bình đẳng, bác ái.

Chương II : Các cơ sở lý luận về hoạt động giao tiếp ứng xử trong kinh doanh khách sạn.

2.1.Những khái niệm cơ bản về hoạt động kinh doanh khách sạn:

2.1.1.Khái niệm khách sạn :

Thuật ngữ "Hotel" – Khách sạn có nguồn gốc từ tiếng Pháp. Vào thời Trung Cổ, nó được dùng để chỉ những ngôi nhà sang trọng của các lãnh chúa.

Theo thời gian, khái niệm về khách sạn càng được cụ thể hóa dựa vào cơ sở vật chất kỹ thuật và các tiêu chí xếp loại khách sạn, hoặc là mục đích của khách sạn…

Trong thông tư số 01/2002/TT-TCDL ngày 27/4/2001 của Tổng cục Du lịch về hướng dẫn thực hiện Nghị định số 39/2000/ND-CP cuar chính phủ về cơ sở lưu trú du lịch đã ghi rõ :

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

Theo nhóm tác giả nghiên cứu của Mỹ trong cuốn sách " Welcome to Hospitality " xuất bản năm 1995 thì :

"Khách sạn là nơi mà bất kì ai cũng có thể trả tiền để thuê buồng ngủ qua đêm ở đó. Mỗi buồng ngủ cho thuê bên trong phải có ít nhất 2 phòng nhỏ (phòng ngủ và phòng tắm). Mỗi buồng khách đều phải có giường, điện thoại, vô tuyến. Ngoài dịch vụ phòng ngủ còn có thể thêm các dịch vụ khác như : Dịch vụ vận chuyển hành lý, trung tâm thương mại (với thiết bị Photocopy), nhà hàng, quầy bar và một số dịch vụ giải trí. Khách sạn có thể được xây dựng ở gần hoặc bên trong các khu thương mại, khu du lịch nghỉ dưỡng hoặc các sân bay.

2.1.2. Khái niệm về hoạt động kinh doanh khách sạn :

Ban đầu, hoạt động kinh doanh khách sạn chỉ nhằm đảm bảo chỗ ngủ qua đêm cho khách. Do nhu cầu của khách ngày càng gia tăng, nhu cầu về ăn uống, mong

muốn về những dịch vụ bổ sung ngày càng đa dạng nên hoạt động kinh doanh khách sạn đã mở thêm nhiều dịch vụ khác nhằm thỏa mãn mọi nhu cầu của khách hàng.

Ta có thể kết luận ngắn gọn hoạt động kinh doanh khách sạn như sau :

"Kinh doanh khách sạn là hoạt động kinh doanh trên cơ sở cung cấp các dịch vụ lưu trú ăn uống và các dịch vụ bổ sung cho khách nhằm đáp ứng các nhu cầu ăn, nghỉ và giải trí của họ tại các điểm du lịch nhằm mục đích có lãi.".

2.1.3. Khái niệm khách của khách sạn :

Khách của khách sạn là những ai ? Nhu cầu của họ là gì ? Khách sạn phải làm những gì để thỏa mãn mong muốn của khách ?

Việc hiểu rõ đối tượng khách của khách sạn sẽ giúp cho việc điều hành kinh doanh trở nên cụ thể, rõ ràng.

Như vậy ta có thể đưa ra một định nghĩa khái quát như sau : "Khách của khách sạn là người tiêu dùng sản phẩm của khách sạn không giới hạn bởi mục đích, thời gian và không gian tiêu dùng.".

Khách của khách sạn cũng được phân loại theo các tiêu chí sau :

_Căn cứ vào tính chất tiêu dùng và nguồn gốc của khách : Theo tiêu thức này khách của khách sạn sẽ bao gồm 2 loại :

+ Khách là người địa phương.

+ Khách không phải là người địa phương.

_Căn cứ vào mục đích (động cơ) của chuyến đi của khách : Theo tiêu thức này, ta sẽ chia khách của khách sạn bao gồm 4 loại :

+ Khách là khách du lịch thuần túy.

+ Khách thực hiện chuyến đi với mục đích công vụ.

+ Khách thực hiện chuyến đi với mục đích thăm thân,giải quyết các mối quan hệ gia đình và xã hội.

+Khách thực hiện chuyến đi vì mục đích khác : Tham dự thể thao, chữa bệnh, học tập, nghiên cứu…

_Căn cứ vào hình thức tổ chức tiêu dùng của khách : Ta sẽ đưa khách của khách sạn thành 2 loại :

+ Khách tiêu dùng sản phẩm của khách sạn qua sự giúp đỡ của tổ chức trung gian (đại lý lữ hành,công ty lữ hành)

+ Khách tự tổ chức tiêu dùng sản phẩm của khách sạn. Khách tự đăng kí buồng của khách sạn trước khi tới, hoặc là khách vãn lai (walkin guest).

Ngoài ra việc phân loại các khách của khách sạn còn dựa trên một số tiêu thức khác như : Độ tuổi, giới tính, độ dài của thời gian lưu trú…

2.1.4. Khái niệm về sản phẩm của khách sạn :

Sản phẩm của khách sạn là tất cả những dịch vụ và hàng hóa mà khách sạn cung cấp nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng kể từ khi họ liên hệ với khách sạn lần đầu để đăng kí cho tới khi tiêu dùng xong và rời khỏi khách sạn.

Sản phẩm của khách sạn tồn tại dưới 2 hình thức hàng hóa và dịch vụ nhưng hầu như các sản phẩm là hàng hóa đều được thực hiện dưới hình thức dịch vụ đi kèm (thời gian, không gian sản xuất và tiêu dùng là trùng nhau).Vì vậy nhiều nhà nghiên cứu đã cho rằng " sản phẩm của khách sạn là dịch vụ ".

Sản phẩm của khách sạn có những đặc điểm như sau :

_Sản phẩm khách sạn mang tính vô hình :

Khách phải tới tận khách sạn để tiêu dùng dịch vụ,cả người cung cấp và người mua đều phải đợi quá trình tiêu dùng xảy ra mới biết được kết quả cả sản phẩm khách sạn.

_Sản phẩm của khách sạn là dịch vụ không thể lưu kho được.

Quá trình "sản xuất" và "tiêu dùng" các dịch vụ khách sạn là gần như trùng nhau về không gian và thời gian.Sản phẩm khách sạn có tính "tươi sống".

_Sản phẩm của khách sạn có tính cao cấp. Khách sạn nếu muốn tồn tại và phát triển chỉ có thể dựa trên cơ sở luôn đảm bảo cung cấp những sản phẩm có chất lượng cao.

_Sản phẩm khách sạn có tính tổng hợp cao.

Trong cơ cấu của sản phẩm khách sạn, sản phẩm dịch vụ bổ sung, dịch vụ bổ sung giải trí ngày càng có xu hướng tăng lên. Khách sạn muốn tăng sự hấp dẫn đối với khách hàng mục tiêu và khả năng cạnh tranh của mình trên thị trường phải tìm mọi cách để tăng "tính khác biệt" cho sản phẩm của mình, thông qua các dịch vụ bổ sung không bắt buộc.

_Sản phẩm của khách sạn chỉ được thực hiện với sự tham gia trực tiếp của khách hàng.

Người quản lý phải đứng trên quan điểm của người sử dụng dịch vụ để cho ra những sản phẩm hợp với khách hàng của mình.

_Sản phẩm của khách sạn chỉ được thực hiện trong những điều kiện cơ sở vật chất kĩ thuật nhất định.

Các khách sạn phải đảm bảo các điều kiện về cơ sở vật chất kĩ thuật, theo đúng pháp lệnh du lịch của mỗi quốc gia.

2.2. Đặc điểm kinh doanh khách sạn

Kinh doanh khách sạn phụ thuộc vào tài nguyên du lịch tại các điểm du lịch

Tài nguyên du lịch có một vị trí quan trọng trong việc phát triển hoạt động kinh doanh du lịch.Giá trị của tài nguyên và sức hấp dẫn của tài nguyên du lịch sẽ có tác dụng quyết định thứ hạng của khách sạn.

Kinh doanh khách sạn đòi hỏi dung lượng vốn đầu tư lớn

Đặc điểm này xuất hiện do nhu cầu cao về chất lượng của sản phẩm khách sạn, điều đó đòi hỏi các thành phần của cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn phải có chất lượng cao.

Do đó, chi phí ban đầu cho cơ sở hạ tầng của khách sạn khá cao, chi phí đất đai cho một công trình khách sạn là rất lớn.

Kinh doanh khách sạn đòi hỏi một lượng lao động tương đối lớn

Sản phẩm của khách sạn mang tính dịch vụ và nó phải được phục vụ trực tiếp bằng những nhân viên phục vụ khách sạn hoạt động này không thể cơ giới hóa và không một loại máy móc nào có thể thay thế được.

Lao động trong khách sạn phải có tính chuyên môn cao, thời gian lao động phụ thuộc vào thời gian tiêu dùng của khách, thường kéo dài 24/24 giờ mỗi ngày. Do đó, khách sạn phải sử dụng một số lượng lớn lao động trực tiếp trong khách sạn.

Kinh doanh khách sạn mang tính quy luật

Kinh doanh khách sạn chịu sự chi phối của một số quy luật như : Quy luật tự nhiên, quy luật kinh tế - xã hội, quy luật tâm lý của con người…

Dù chịu sự chi phối của quy luật nào đi nữa thì điều đó cũng gây ra tác động tiêu cực và tích cực đối với kinh doanh khách sạn.

Khách sạn phải nghiên cứu kỹ năng các quy luật này đề tìm kiếm những biện pháp khắc phục tác động bất lợi của chúng, và phát huy những tác động tích cực có lợi nhằm phát triển hoạt động kinh doanh hiệu quả.

2.3.Ý nghĩa của kinh doanh khách sạn.

2.3.1.Ý nghĩa về kinh tế :

_Kinh doanh khách sau tác động đến sự phát triển của ngành du lịch và đến đời sống kinh tế - xã hội nói chung của một quốc gia.

_Thông qua hoạt động kinh doanh, khách sạn góp phần làm tăng GDP cho các vùng và quốc gia phát triển nó.

_Góp phần tăng cường thu hút vốn đầu tư trong và ngoài nước, huy động được vốn nhàn rỗi trong nhân dân.

_Phát triển kinh doanh khách sạn đồng nghĩa với việc khuyến khích các ngành phát triển theo.

_Có ý nghĩa to lớn trong việc giải quyết một số lượng lớn công ăn việc làm cho người làm việc trong ngành.

2.3.2.Ý nghĩa xã hội :

_Kinh doanh khách sạn góp phần gìn giữ và phục hồi khả năng lao động và sức sản xuất của con người lao động tại các điểm du lịch.

_Tăng nhu cầu tìm hiểu du lịch, góp phần giáo dục lòng yêu nước và tự hào dân tộc cho thế hệ trẻ.

_Kinh doanh khách sạn đóng góp tích cực cho sự phát triển, giao lưu giữa các quốc gia và các dân tộc trên thế giới bằng những hội nghị, các cuộc họp cấp cao, các cuộc gặp gỡ công cụ về kinh tế, chính trị, văn hóa.

2.4. Đặc trưng cơ bản về giao tiếp ứng xử trong kinh doanh khách sạn :

2.4.1. Vai trò của hoạt động giao tiếp ứng xử trong kinh doanh khách sạn:

Trong loại hình kinh doanh khách sạn, có thể nói giao tiếp ứng xử của nhân viên là 1 điều kiện cần thiết để làm nên tên tuổi và thương hiệu của khách sạn.

Giao tiếp ứng xử của đội ngũ nhân viên phục vụ sẽ là một quy trình khép kín được tính từ thời điểm khách bắt đầu đặt chân tới khách sạn và đến khi khách rời khỏi khách sạn, và quy trình đó sẽ lại được tiếp tục trong lần đón khách tiếp theo.

Vai trò của giao tiếp trong kinh doanh khách sạn nói riêng và trong kinh doanh du lịch nói chung, là thước đo sự phát triển của một doanh nghiệp du lịch, là đòn bẩy thành công trong kinh doanh, cũng như là vũ khí tạo nên thương hiệu của một khách sạn.

Ta có thể dễ dàng nhận thấy điều đó thông qua các hoạt động giao tiếp của đội ngũ nhân viên đối với khách.Vậy đội ngũ nhân viên phục vụ trực tiếp với khách cần có những ai ? Ta có thể chỉ ra một số bộ phận trực tiếp phục vụ khách như sau :

(1). Bộ phận lễ tân : Nhân viên tại bộ phận này sẽ là người đầu tiên đón tiếp khách tới khách sạn, sẽ là người mà khách gọi để hỏi về thông tin của khách sạn, cũng như những dịch vụ hiện có, là người sẽ giải quyết mọi phàn nàn của khách và cũng là người cuối cùng khách gặp khi rời khỏi khách sạn.

(2). Bộ phận buồng : Nhân viên buồng sẽ phục vụ tại phòng nghỉ, chuẩn bị, dọn dẹp phòng, cũng như giúp đỡ khách trong thời gian lưu trú, hộ trợ giải quyết những yêu cầu mong muốn hợp lý của khách nhằm tạo ra những ngày nghỉ thoải mái nhất cho khách.

(3). Bộ phận bar – nhà hàng : Đây là bộ phận phục vụ ăn uống cho khách, nó giúp khách có được những bữa ăn như tại gia đình mình, nhân viên của bộ phận này sẽ phục vụ khách trong thời gian khách có mặt tại nhà hàng, giải quyết vấn đề về thức ăn, đồ uống của khách, giúp khách thoả mãn nhu cầu ăn uống trong thời gian lưu trú tại khách sạn.

(4). Các bộ phận khác: Một số bộ phận khác cũng tham gia vào việc giao tiếp ứng xử với khách. Có thể kể đến một số bộ phận sau: bộ phận bảo vệ, nhân viên khuân vác hành lý, bộ phận câu lạc bộ giải trí, nhân viên bộ phận bar... Những bộ phận này nhân viên cũng trực tiếp tiếp xúc với khách dù trong khoảng thời gian ngắn. Tất cả những hoạt động giao tiếp trên sẽ ảnh hưởng nhiều tới tổ chức của khách sạn.

Vậy tại mỗi bộ phận khi nhân viên phục vụ trực tiếp với khách thì trong giao tiếp ứng xử sẽ phải xảy ra, nó sẽ là thước đo hiệu quả công việc của một nhân viên. Dịch vụ tốt đi kèm với sự giao tiếp tốt sẽ tạo thành công cho hoạt động kinh doanh của khách sạn.

Giao tiếp trong khách sạn sẽ tạo thành một quy trình khép kín từ lúc khách đến tới khi khách sử dụng dịch vụ và thanh toán rời khỏi khách sạn. Với mỗi giai đoạn sẽ tương ứng với những hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên trong quá trình đó. Đó là quá trình đón tiếp khách, phục vụ khách, tiễn khách.

2.4.2. Giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ với khách trong quá trình đón tiếp khách:

Hoạt động giao tiếp được thực hiện qua nhiều công đoạn khác nhau, tạo thành một quy trình phục vụ khách. Việc thực hiện một cách đầy đủ và chính xác các công đoạn này sẽ đảm bảo cho việc phục vụ khách một cách nhanh chóng, kịp thời, chính

xác. Đồng thời, nó thể hiện được tính chuyên nghiệp cao của đội ngũ nhân viên, tiết kiệm thời gian phục vụ và làm tăng năng suất lao động trong khách sạn.

Theo một nhà tâm lý học doanh nghiệp thì cái thiện cảm đầu tiên mà mình gây ra được nơi lòng người đó là chìa khóa thành công của mình sau này. Ấn tượng đón tiếp của khách sạn là rất quan trọng và gây ấn tượng này lại được hình thành tại nơi đón khách. Chỉ một sơ suất nhỏ nào đó cũng đủ làm cho khách mất cảm tình, ngược lại hiểu biết tâm lí, giao tiếp khéo léo se làm hài lòng khách ngay từ lần gặp gỡ đầu tiên

Khi đón tiếp khách, nhân viên phục vụ phải thể hiện được phép lịch sự trong giao tiếp bởi đó là những tiêu chuẩn đánh giá phong cách giao tiếp của chủ thể. Phép lịch sự trong giao tiếp được thể hiện thông qua trang phục, cách chào hỏi, tư thế giao tiếp và ngôn ngữ hi giao tiếp.

Hầu hết khách lưu trú tại khách sạn là những người từ xa đến để đi du lịch hay hội họp. Vì vậy, ở giai đoạn đón tiếp nhân viên phục vụ phải làm sao để khách có cảm giác như ở nhà mình. Đặc biệt, trong quá trình giao tiếp người phục vụ phải chú ý đến diện mạo, phong cách giao tiếp vì thông qua những hoạt động đó khách có thể đánh giá về khả năng tổ chức, quản lí kinh doanh, những quy củ, nề nếp của khách sạn.

Trong giao tiếp với khách đòi hỏi người phục vụ phải có kĩ năng giao tiếp. Không thể phủ nhận tầm quan trọng của việc giao tiếp với khách của nhân viên phục vụ, nó đã đem lại rất nhiều thành công trong kinh doanh khách sạn.

Đẻ làm tốt công việc phục vụ khách trong sút thời gian lưu trú thì thông qua giao tiếp phục vụ sẽ có những nhận biết mau lẹ qua biểu hiện bên ngoài của khách và đoán biết tâm lý bên trong của khách như sở thích, nghề nghiệp, lứa tuổi, khuynh hướng tiêu dùng…

- Chúng ta có thể tham khảo 3 nguyên tắc sau:

+ Làm cho khách vui sướng (khi đáp ứng được quá sự mong đợi hoặc ngoài sự mong đợi của họ bằng một vài biện pháp chiêu thị, bạn sẽ là thần tượng của họ).

+ Khách hàng ai cũng quan trọng (chúng ta kinh doanh cũng chỉ nhằm cho họ mua thật nhiều hàng, thái độ ý kiến của khách hàng đương nhiên là quan trọng, sự phật ý của Nữ Hoàng sẽ dai dẳng và khủng khiếp gấp nhiều lần so với Thượng Đế, một khi bạn không coi họ ra gì).

+ Vì khách hàng (chính là vì hiện tại và cả tương lai của khách hàng khi họ lựa chọn dịch vụ của mình).

- Các thao tác khi đón tiếp khách:

+ Tươi cười chào đón khách khi khách tới quầy lễ tân.

+ Nhìn khách với ánh mắt thân thiện, luôn mỉm cười tự nhiên, không giả tạo.

+ Đứng thẳng, tránh dựa hay ủ rũ – Thể hiện sự tôn trọng khách.

+ Trang phục lịch sự gọn gàng, vệ sinh cá nhân sạch sẽ.

+ Lời nói rõ ràng với giọng nhẹ nhàng, dễ nghe.

+ Đối xử bình đẳng với mọi đối tượng khách.

+ Giữ gìn vệ sinh khu vực làm việc.

2.4.3. Giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ với khách trong quá trình phục vụ khách.

Đây là quá trình nhằm chuyển giao sản phẩm để khách tiêu dùng sản phẩm của khách sạn.

Ở giai đoạn này, khách hàng là người nghiên cứu, tập trung sự chú ý và muốn tiêu dùng sản phẩm. Đồng thời, họ được quyết định và nhận được sự phục vụ chu đáo từ nhân viên phục vụ tại khách sạn. Sau khi tiêu dùng sản phẩm của khách sạn, khách sẽ thanh toán và bộc lộ thái độ sau khi tiêu dùng.

Đối với người phục vụ thì họ phải nghiên cứu cầu, giới thiệu, minh họa sản phẩm, hướng dẫn và thuyết phục khách hàng sử dụng các dịch vụ của khách sạn. Họ cũng phải lắng nghe ý kiến của khách để thay đổi thái độ phục vụ.

Người phục vụ khi tiếp xúc với khách phải khéo léo với những câu hỏi nhằm kích thích tính tò mò của khách. Thông qua đó nắm bắt sở thích và yêu cầu của khách để quá trình phục vụ thuận tiện hơn.

Một sản phẩm, dịch vụ muốn tiêu thụ được phải thỏa mãn 4 yếu tố:

- Lôi kéo sự chú ý của khách
- Kích động sự quan tâm
- Tạo sự khát vọng
- Gợi ý hành động

* Phục vụ khách:

- Kinh doanh khách sạn là một trong những hoạt động chính của nghành du lịch và thực hiện những nhiệm vụ quan trọng của nghành. Ngoài việc thỏa mãn nhu cầu tham quan, nghỉ ngơi một cách tích cực cho số đông khách thì khách sạn còn cung cấp cho họ những dịch vụ tốt nhất, thỏa mãn nhất, đáp ứng nhu cầu của khách. Hàng hóa, dịch vụ kinh doanh khách sạn khoogn chỉ thuần túy mang tính thương mại mà bán hàng là một nghề đòi hỏi phải có nghệ thuật giao tiếp ứng xử khéo léo thông minh, để có thể hiểu và hai thác tâm lí khách hàng. Việc phục vụ tốt khách trong thời gian trong giai đoạn này sẽ thiết lập được mối quan hệ bền vững giữa khách với khách sạn, tạo được ấn tượng tốt đẹp lâu dài cho khách và tạo được nguồn khách tiềm năng.

- Khách đến với khách sạn bao gồm nhiều đối tượng, họ đa dạng, phong phú về độ tuổi, nghề nghiệp, dân tộc. Đặc biệt, họ có những thói quen, sở thích và phong tục tập quán khác nhau. Vì vậy, có những người khách dễ tính nhưng cũng có những người khó tính. Tuy nhiên khi đến với khách sạn họ đều được sử dụng những sản phẩm, dịch vụ tốt nhất, được phục vụ một cách thỏa mãn nhất với số tiền mà họ bỏ ra. Do đó, thái độ cư xử khéo léo, cởi mở, tôn trọng khách của nhân viên phục vụ sẽ làm khách có cái nhìn thiện cảm với khách sạn. Và với những kiến thức cơ bản của người phục vụ sẽ phải nắm bắt tâm lý của từng loại khách để phục vụ một cách chu đáo và kĩ càng.

- Khi nhận yêu cầu của khách nhân viên phục vụ phải xác định loại dịch vụ, số lượng, thời gian bắt đầu thực hiện, phương thức thanh toán, và những yêu cầu đặc biệt khác. Sau đó kiểm tra khả năng đáp ứng của khách sạn. Trong quá trình cung cấp các dịch vụ cho khách nhân viên phục vụ cần:

+ Đảm bảo chất lượng phục vụ theo đúng yêu cầu

+ Cập nhật chính xác các tài khoản chi tiêu của khách

+ Phối hợp với các bộ phận dịch vụ trong khách sạn và cơ sở dịch vụ bên ngoài khách sạn để phục vụ khách một cách tốt nhất.

Một số nhà quản trị của Mĩ cho rằng khách hàng không phải Thượng đế mà chính là Nữ hoàng. Khách hàng cho rằng họ có thể nhầm lẫn trong việc lựa chọn chứ ít nhầm lẫn trong việc từ bỏ. Vì vậy, người phục vụ phải nhận thức được rằng ai cũng có nhu cầu được người khác coi mình là nhân vật quan trọng, đặc biệt là khách hàng. Người làm trong nghành khách sạn luôn phục vụ khách với phương châm " vui lòng khách đến, vừa lòng khách đi".

Khi phục vụ khách đòi hỏi nhân viên phải yêu nghề. Bởi chỉ xuất phát từ cái tâm chân thành thì thái độ và cử chỉ phục vụ mới nhiệt tình, chu đáo mà không gượng gạo, giả dối. Luôn thỏa mãn tối đa nhu cầu hợp lí của khách, trong trường hợp nhu cầu của khách đưa ra mà khách sạn không đáp ứng được thì phải nhẹ nhàng giải thích cho khách hoặc liên hệ với các cơ sở dịch vụ ngoài khách sạn.

Trong quá trình phục vụ khách có thể có những điều không thỏa mãn về khách sạn, họ sẽ có những phàn nàn hoặc tức giận. Họ có thể phàn nàn về chất lượng các trang thiết bị trong buồng khách hay trong khách sạn như điều hòa trục tặc, tivi mất màu, thái độ phục vụ của nhân viên lạnh lùng thờ ơ…

Khi gặp phải những tình huống này người phục vụ phải hết sức bình tĩnh, lắng nghe và ghi lại những ý kiến phàn nàn của khách, những chi tiết liên quan tới khách như: tên khách, số buồng khách, … xin lỗi khách và tỏ ra thông cảm về sự việc mà khách phàn nàn. Sau đó tìm hiểu kĩ sự việc và tìm cách giải quyết hợp lý nhất, phải

cảm ơn khách về sự góp ý cho khách sạn. Nhân viên phải kiểm tra sự hài lòng của khách, tùy vào từng sự việc và mức độ nghiêm trọng của sự việc mà có thể tặng khách một món quà nhỏ hoặc một lẵng hoa tươi theo sở thích của khách, đồng thời giữ thể diện cho khách trong trường hợp khách phàn nàn vô lý. Hãy luôn nhớ phương châm của nghành du lịch " Khách hàng bao giờ cũng đúng ".

Mỗi vùng đất, mỗi một quốc gia khác nhau lại có những phong tục, tập quán khác nhau vì vậy là một người phục vụ phải thường xuyên tìm hiểu, trau dồi các kiến thức về văn hóa. Tránh trường hợp trong lúc phục vụ làm mất lòng khách. Khi giao tiếp với khách cũng nên thể hiện được bản sắc văn hóa dân tộc mình.

2.4.4. Giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ với khách trong quá trình tiễn khách:

Hầu hết các lĩnh vực kinh doanh khác sau khi bán hàng là kết thúc nhưng đối với kinh doanh dịch vụ khách sạn thì đó mới là bắt đầu. Trong suốt quá trình đón tiếp và phục vụ nhân viên đã khiến khách hài lòng nhưng nếu quá trình tiễn khách xảy ra sai sót gì thì khả năng khách quay lại khách sạn là rất thấp.

Chính vì lý do trên mà quá trình tiễn khách luôn phải được chú ý, nhân vien không được phép xuề xòa trong khi tiễn khách, một lời cảm ơn, một câu nói hẹn gặp lại khách vào lần sau sẽ khiến khách có ấn tượng tốt đẹp về khách sạn.

Hãy học cách nhớ tên khách để tạo sự thân thiện, gần gũi giữa khách sạn và khách. Hãy để khách lưu giữ những hình ảnh tốt đẹp về khách sạn của bạn và để khách trở thành một nhân viên marketing miễn phí cho khách sạn. Họ sẽ giới thiệu cho bạn bè người thân của họ về khách sạn, nơi họ được đón tiếp nồng hậu, phục vụ nhiệt tình…

Khi tiễn khách hãy giúp khách vận chuyển hành lý, có thể giúp khách tìm phương tiện vận chuyển nếu khách có nhu cầu. Đặc biệt nhân viên lễ tân không được quên cảm ơn khách, chúc khách lên đường may mắn và hẹn gặp lại.

2.5. Những điều cần lưu ý khi giao tiếp ứng xử bằng phương tiện điện thoại

Giao tiếp bằng phương tiện điện thoại là phương tiện giao tiếp quan trọng thứ 2 trong kinh doanh sản xuất. Phương tiện giao tiếp này đòi hỏi người sử dụng phải có kỹ năng, nghiệp vụ để khi giao tiếp tạo ấn tượng tốt cho người nghe.

Khi giao tiếp bằng điện thoại bạn cần chú ý những điều sau :

(1). Tất cả mọi phiền muộn hãy để lại sau khi bạn cầm vào ống nghe. Bởi vì khi bạn để tâm trạng buồn chán, bực tức điều khiển bản thân mình, bạn sẽ không thể nói chuyện một cách nhẹ nhàng và biết lắng nghe thông cảm cho người đang nói chuyện với bạn, thái độ đó của bạn sẽ bị người nghe biết, điều đó tạo ấn tượng không tốt cho bạn và khách sạn.

(2). Hãy cho người nghe thấy bạn quan tâm tới cuộc nói chuyện, bạn hoàn toàn rất vui khi được nhận cuộc điện thoại này. Nhất thiết khi nói điện thoại bạn luôn luôn phải nở nụ cười, một ánh mắt ân cần, nhiệt tình như đang ngồi đối diện với người nghe. Thể hiện sự tập trung cao độ, không được phân tâm khi nghe điện thoại, hãy giữ uy tín cho bản thân cũng như cho khách sạn của bạn.

(3). Dù thái độ của khách có ra sao hãy cho họ thấy bạn – đại diện cho khách sạn của luôn luôn cư xử với khách như một "thượng đế", mọi yêu cầu hợp lý của khách sẽ được thỏa mãn. Luôn tỏ thái độ trân trọng, nồng nhiệt với khách, bạn sẽ giải quyết mọi việc một cách nhanh chóng và chuyên nghiệp.

(4). Một giọng nói hay, truyền cảm, tự nhiên và vui vẻ là 1 lợi thế để cuộc nói chuyện diễn ra suôn sẻ và hiệu quả. Điều này bạn cần rèn luyện, mất công tập uốn cho phù hợp.

(5). Một nhân viên khách sạn khi nhận một cuộc điện thoại luôn luôn cầm theo 1 chiếc bút và tập giấy ghi tin. Điều này thể hiện sự chuyên nghiệp của đội ngũ nhân viên khách sạn. Sẽ thật là bất lịch sự nếu bạn bắt khách phải đợi để tìm kiếm bút và giấy ghi những điều khách nhắn nhủ, hay là một yêu cầu gọi món nào đó…

(6). Cách chào hỏi và lời chào tạm biệt khách luôn luôn phải được nhắc đến trong mỗi cuộc nói chuyện. Sẽ có những mẫu chào hỏi khác nhau, tùy vào từng khách sạn, từng bộ phận nhận điện thoại, song nhân viên nhận điện thoại không bao giờ được quên câu cám ơn khách đã gọi và chào tạm biệt khách khi kết thúc câu chuyện.

Chương III : Thực trạng hoạt động giao tiếp ứng xử với khách của đội ngũ nhân viên phục vụ tại khách sạn CLASSIC Hoàng Long.

3.1. Giới thiệu chung về khách sạn CLASSIC Hoàng Long.

3.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của khách sạn CLASSIC Hoàng Long :

CLASSIC Hoàng Long Hotel tọa lạc tại số 25 Trần Quang Khải, nằm ngay trung tâm thành phố cách nhà hát lớn khoảng 200m.

Khách sạn Classic Hoàng Long là một khách sạn có quy mô lớn với tòa nhà 17 tầng cao nhất thành phố, được xây dựng với các trang thiết bị hiện đại.

Khách sạn CLASSIC Hoàng Long trước kia chỉ là một nhà nghỉ bình dân, sau khi chủ đầu tư tìm được những cộng sự đáng tin cậy và được góp vốn bởi các cổ đông nên đã quyết định xây dựng khách sạn bây giờ.

Được xây dựng từ năm 2007, sau khi cuộc họp cổ đông của công ty cổ phần Hoàng Long Hải Phòng được diễn ra ngày 5/6/2007, những viên gạch đầu tiên đã được đặt xuống để xây dựng khách sạn CLASSIC Hoàng Long.

Trải qua 3 năm vừa xây dựng và trang bị các cơ sở vật chất kĩ thuật trong khách sạn, một cuộc họp nữa đã diễn ra giữa những thành viên của ban giám đốc khách sạn vào ngày 15/5/2010. Cuộc họp bàn về vấn đề tuyển dụng và đào tạo cán bộ nhân viên sẽ làm việc tại khách sạn. Trong nửa tháng tuyển dụng và đào tạo đội ngũ cán bộ chủ lực cho khách sạn cũng là thời điểm mà khách sạn Classic Hoàng Long đi vào những giai đoạn cuối cùng để hoàn thiện cơ sở vật chất kĩ thuật.

Ngày 15/6/2010 Hội đồng quản trị đã ra kế hoạch khai trương khách sạn, dự kiến đi vào hoạt động chính thức và các chính sách, chiến lược kinh doanh cho năm thành lập đầu tiên.

Ngày 25/6/201 Khách sạn CLASSIC Hoàng Long chính thức được đưa vào hoạt động trong ngành kinh doanh khách sạn Hải Phòng.

Một số thông tin về khách sạn CLASSIC Hoàng Long:

Tên tiếng việt:

Công ty cổ phần Hoàng Long

Khách sạn CLASSIC Hoàng Long

Tên tiếng anh:

Hoang Long Joint-Stock Company

CLASSIC Hoang Long Hotel

Địa chỉ: Số 25 Trần Quang Khải, quận Hồng Bàng, thành phố Hải Phòng, Việt Nam

Điện thoại: (84 - 031) 3282666

Fax : (84 - 031) 3282999

Đặt trước dịch vụ: (84 - 031) 3282168

Email: info@classic-hoanglonghotel.com

Website: http://classic-hoanglonghotel.com

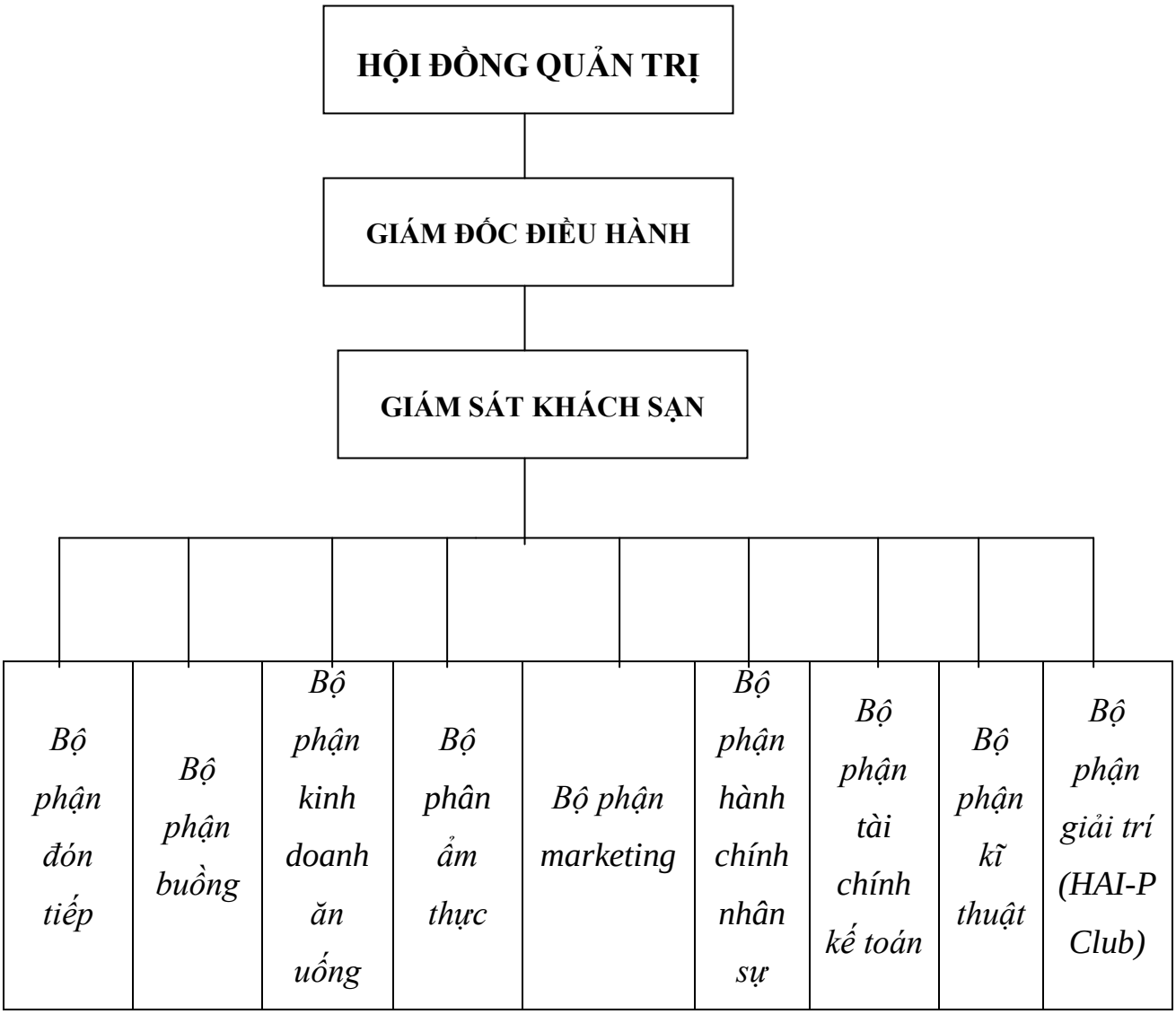
Dù chỉ là một khách sạn mới nhưng sau 1 năm đi vào hoạt động, dựa vào những nỗ lực cũng như tình đoàn kết của cán bộ nhân viên, khách sạn CLASSIC Hoàng Long đang tạo dựng cho mình một thương hiệu riêng, một khách sạn gia đình ấm cúng và thoải mái.

3.1.2. Cơ cấu và bộ máy tổ chức khách sạn Classic Hoàng Long :

Khách sạn Classic Hoàng Long là 1 trong 2 khách sạn của công ty cổ phần Hoàng Long Hải Phòng, một khách sạn Hoàng Long nữa nằm tại thành phố Đà Nẵng nơi đón tiếp rất nhiều những đoàn khách du lịch quốc tế và nội địa.

Khách sạn Classic Hoàng Long có mô hình quản lý chức năng. Có nghĩa là mỗi một bộ phận sẽ có một người quản lý chung, một người chịu trách nhiệm về toàn bộ hoạt động của bộ phận đó, đứng đầu là giám đốc điều hành, sẽ chịu toàn bộ trách nhiệm chung trong toàn bộ hoạt động kinh doanh của khách sạn trước hội đồng quản trị.

Mô hinh bộ máy tổ chức quản lý của khách sạn CLASSIC Hoàng Long như sau



Vị trí và chức năng của mỗi bộ phận trên :

Hội đồng quản trị

_Vị trí : Đây là cơ quan có quyền lực nhất của khách sạn gồm 5 cổ đông lớn nhất đứng đầu là bà Nguyễn Thị Kim Liên – chủ tịch hội đồng quản trị với hơn 50% cổ phần tại khách sạn.

_Chức năng : Những cổ đông này sẽ thi hành những chức năng sau :

+ Thực hiện hợp đồng và phụ lục hợp đồng đã ký kết với các đối tác.

+ Thi hành và sửa đổi điều lệ của khách sạn trong khung pháp lý cho phép.

+ Thẩm tra phương châm xây dựng và kinh doanh kế hoạch đầu tư,kế hoạch kinh doanh, dự toán, quyết toán, phương án phân chia lợi nhuận và bù lỗ hàng năm của khách sạn.

+ Thẩm tra các báo cáo của giám đốc điều hành.

+ Quyết định thành lập các bộ phận quản lý của khách sạn và tiền lương, phúc lợi và các đãi ngộ khác cho người lao động trong khách sạn.

+ Ban hành điều lệ, chế độ quan trọng của khách sạn.

+ Bổ nhiệm các vị trí quản lý quan trọng.

+ Xác định phương pháp sử dụng, trích rút các quỹ dự trữ, quỹ tiền thưởng, quỹ phát triển khách sạn.

+ Thảo luận và phê chuẩn phương án khi cần cải tổ lại khách sạn.

Giám đốc điều hành

_Vị trí : Sẽ chịu trách nhiệm trước hội đồng quản trị về việc quản lí kinh doanh của khách sạn. Đây là bộ phận chức năng hành chính cao nhất về quản lý khách sạn.

Hiện nay vị trí này đang trong thời kỳ bàn giao giữa ông Vũ Đắc Minh – General Manager cũ và bà Hoàng Thị Thu – nguyên trưởng bộ phận lễ tân.Bà Hoàng Thị Thu sẽ thay ông Vũ Đắc Minh để nhận nhiệm vụ của hội đồng quản trị giao phó là giám đốc điều hành khách sạn, trực tiếp quản lý khách sạn, chịu mọi trách nhiệm về hoạt động kinh doanh của khách sạn.

_Chức năng :

+ Chịu sự lãnh đạo của hội đồng quản trị, nghiêm túc chấp hành các phương châm chính sách luật pháp của nhà nước. Vạch ra và tổ chức thực hiện chiến lược kinh doanh và thực hiện kế hoạch kinh doanh của khách sạn, không ngừng nâng cao hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội của khách sạn.

+ Thực hiện đôn đốc, kiểm tra, chỉ đạo các bộ phận hoàn thành công việc được giao.

+ Phối hợp quan hệ và công việc giữa các bộ phận trong khách sạn, thay mặt khách sạn liên hệ với các tổ chức, cơ quan, khách sạn bên ngoài, giải quyết công việc hành chính hàng ngày để đảm bảo cho công việc kinh doanh của khách sạn diễn ra bình thường.

Giám sát khách sạn

_Vị trí : Đây là "bộ phận ngầm" của hội đồng quản trị nhằm theo dõi, giám sát mọi hoạt động quản lý của khách sạn.

_Chức năng :

+ Chịu sự lãnh đạo của hội đồng quản trị, làm việc độc lập với trách nhiệm báo cáo hoạt động quản lý của khách sạn.

+ Thay mặt hội đồng quản trị trực tiếp giám sát khách sạn.

+ Có quyền hành như 1 giám đốc điều hành khi giám đốc đi vắng, đi công tác.

+ Vị trí này hiện nay do ông Đỗ Thái Bình đảm nhiệm như một cổ đông, ủy viên thường trực của hội đồng quản trị khách sạn.

Bộ phận đón tiếp

_Vị trí : là trung tâm vận hành toàn bộ khách sạn, là đầu mối liên hệ giữa khách với khách sạn, là bộ phận tham mưu, trợ giúp cho bộ máy quản lý khách sạn.

_Chức năng :

+ Phục vụ khách trong suốt quá trình quan hệ giữa khách và khách sạn kể từ khi khách đặt buồng cho tới khi khách thanh toán rời khỏi khách sạn.

_Chức danh những bộ phận đón tiếp gồm :

+ Trưởng bộ phận lễ tân

+Tổ trưởng bộ phận lễ tân.

+ Nhân viên lễ tân.

+ Nhân viên phụ trách hành lý.

+ Lái xe

+ Đội trưởng đội bảo vệ.

+ Nhân viên bảo vệ.

Bộ phận buồng

_Vị trí : Là bộ phận quan trọng trong khách sạn thực hiện việc kinh doanh buồng ngủ. Bộ phận này được chia làm nhiều bộ phận nhỏ,thực hiện về việc vệ sinh hàng ngày cho toàn bộ buồng ngủ và khu vực khách sạn.

_Chức năng:

+Trưởng bộ phận buồng sẽ là người chịu trách nhiệm về toàn bộ hoạt động kinh doanh buồng trước giám đốc điều hành, thực hiện các phương châm chính sách của ban giám đốc để cho hoạt động kinh doanh buồng được hiệu quả.

_Chức danh của bộ phận buồng gồm:

+Trưởng bộ phận buồng

+Tổ trưởng tổ buồng(Housekeeping)

+Tổ trưởng tổ giặt là(Laudry)

+Tổ trưởng tổ vệ sinh công cộng(Public hygiene)

+Nhân viên buồng

+Nhân viên giặt là

+Nhân viên vệ sinh công cộng

Bộ phận kinh doanh ăn uống

_Vị trí: Là một bộ phận góp phần tích cực vào doanh thu của khách sạn,bộ phận này chủ yếu là kinh doanh thức ăn, đồ uống và phục vụ ăn uống cho khách tại nhà hàng.

_Chức năng: Trưởng bộ phận nhà hàng sẽ có mọi quyền hạn trong việc kinh doanh của bộ phận mình, có trách nhiệm trước hội đồng quản trị về tình hình kinh doanh cũng như hoạt động quản lý nhân viên tại bộ phận này.

+Thực hiện các kế hoạch ăn uống của khách trong và ngoài khách sạn.

+Tổ chức hội nghị, đám cưới, hội thảo.

+Tham gia vào bộ máy quản lý để lập ra các chính sách sản phẩm.các kế hoạch kinh tế nhằm thúc đẩy tình hình kinh doanh khách sạn.

_Chức danh trong bộ phận kinh doanh ăn uống: Đây là bộ phận chiếm nhiều lao động nhất trong khách sạn nên cũng có nhiều chức danh khác nhau như sau

+Trưởng bộ phận ăn uống(F&B Supervisor)

+Phó giám sát bộ phận nhà hàng(Assistant Supervisor Restaurant)

+Giám sát tiệc(Banquet Supervisor)

+Trưởng Bar(Captain Bar)

+Tổ trưởng nhà hàng(Captain Restaurant)

+Nhân viên phục vụ nam,nữ(Waiter,Waitress)

+Nhân viên bar(Bartender)

Bộ phận ẩm thực (Bộ phận bếp)

_Vị trí: Đây là một bộ phận mà ở những khách sạn lớn sẽ được gộp vào bộ phận ăn uống, bộ phận này sẽ chịu sự quản lý của F&B Manager. Song thực tế tại khách sạn CLASSIC Hoàng Long người chịu trách nhiệm chính về ăn uống chưa có nên tam thời bộ phận này được tách ra và có trách nhiệm ngang bằng với những bộ phận khác trước hội đồng quản trị.Bộ phận này phụ trách nấu nướng, đảm bảo chất lượng thức ăn theo đúng tiêu chuẩn của khách sạn.

_Chức năng:

+Bếp trưởng là người sẽ chịu trách nhiệm trước giám đốc về mọi vấn đề nảy sinh liên quan tới thực phẩm, chất lượng thức ăn của khách.

+Tham gia vào việc lập thực đơn cho khách, tiến hành kiểm tra vệ sinh an toàn thực phẩm của khách sạn.

_Bộ phận Bếp được chia làm 2 bếp (Bếp Âu và Bếp Á) nên cũng có những chức danh sau:

+Bếp trưởng bếp Á

+Bếp phó bếp Á

+Trưởng Bếp(Phụ trách chảo,thớt)

+Phó Bếp(Phụ trách vệ sinh an toàn thực phẩm)

+Phụ bếp

+Tạp vụ

+Trưởng bếp Âu

+Chảo chính bếp Âu

Bộ phận Marketing

_Vị trí : Là cầu nối giữa người tiêu dùng với các nguồn lực bên trong khách sạn.Là bộ phận tham mưu cho hoạt động kinh doanh của khách sạn.

_Chức năng :

+Chịu sự lãnh đạo của giám đốc nghiêm túc chấp hành các phương châm chính sách của khách sạn để đề ra, tổ chức thực hiện chiến lược marketing và thực hiện kế hoạch marketing của khách sạn.

_Bộ phận này hiện chưa có trưởng bộ phận phòng marketing chủ yếu là những nhân viên kinh doanh, nhân viên thị trường, nhân viên chăm sóc khách hàng

Bộ phận kĩ thuật

_Vị trí: Thực hiện quản lý cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn, cung cấp các điều kiện kĩ thuật cần thiết để khách sạn hoạt động bình thường và đảm bảo chất lượng dịch vụ của khách sạn.

_Chức năng:

+Lập kế hoạch quản lý vận hành bảo dưỡng, sửa chữa, đổi mới các trang thiết bị dân dụng, điện tử.

+Cấp thoát nước, cơ khí hóa các phương tiện đồ dùng, dụng cụ gia dụng của toàn bộ khách sạn.

+Trưởng bộ phận kĩ thuật phải có báo cáo để đổi mới các trang thiết bị kĩ thuật của khách sạn nhằm đảm bảo tốt nhất cho việc thực hiện chiến lược kinh doanh, không ngừng nâng cao hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội của khách sạn.

_Để thực hiện được những điều trên, bộ phận kĩ thuật chia ra những chức danh sau:

+Trưởng bộ phận kĩ thuật

+Phó bộ phận kĩ thuật

+Trưởng ca

+Tổ trưởng phần mềm

+Tổ trưởng điện, nước

+Tổ sửa chữa, xây dựng

Bộ phận giải trí (HAI **- P Club)**

_

_Vị trí: Trung tâm vui chơi giải trí cho khách, phục hồi sức khỏe với những dịch vụ chăm sóc cơ thể toàn diện. Là một bộ phận góp một số lượng lớn doanh thu cho khách sạn.

_Chức năng:

+Tổ chức các dịch vụ chăm sóc sức khỏe toàn diện

+Là một bộ phận nhạy cảm nên việc quản lý nhân viên được ưu ái hơn so với các bộ phận khác.

_Chức danh trong bộ phận giải trí gồm:

+Trưởng bộ phận H-P Club

+Giám sát khu vực giải trí dành cho các quý bà

+Giám sát khu vực dành cho các quý ông

+Phó Giám sát Sauna nữ

+Phó Giám sát Sauna nam

+Nhân viên Sauna

+Giám sát Massage

+Nhân viên Massage

Bộ phận tài chính kế toán

_Vị trí: Đây là bộ phận vừa thực hiện chức năng tham mưu vừa thực hiện chức năng điều hành.

_Chức năng:

+Trưởng bộ phận tài chính kế toán sẽ chịu sự lãnh đạo của giám đốc, nghiêm túc thực hiện các phương châm chính sách của nhà nước, vạch ra và tổ chức thực hiện các chiến lược tài chính, không ngừng nâng cao hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội của khách sạn.

+Thực hiện việc quản lý tài chính của khách sạn, các vấn đề thu chi các khoản vay của khách sạn với ngân hàng,báo cáo về tài sản, hàng hóa của khách sạn với giám đốc.

_Chức danh; Nhiệm vụ của bộ phận tài chính kế toán sẽ được phân công cho từng người và tên gọi của chức danh nào sẽ gắn liền với nhiệm vụ đó

+Trưởng phòng tài chính kế toán

+Nhân viên chuẩn bị bảng lương

+Kế toán thu

+Kế toán chi

+Kế toán kho

+Kế toán giá thành

+Kiểm soát viên(Kiểm soát mọi chi phí của toàn bộ hoạt động khách sạn

+Nhân viên thu ngân

Bộ phận hành chính nhân sự

_Vị trí:

Là bộ phận không tham gia phục vụ trực tiếp khách hàng nhưng lại đóng một vai trò vô cùng quan trọng để khách sạn kinh doanh có hiệu quả.

_Chức năng:

+Phòng nhân sự là chuyên gia về luật lao động của Nhà nước, là bộ phận tham mưu cho giám đốc và các bộ phận khác về vấn đề này

+Thực hiện ba chức năng chính là: Tuyển mộ nhân viên, đào tạo và quản lý phúc lợi

_Chức danh của bộ phận hành chính nhân sự :

+Trưởng phòng hành chính nhân sự

+Tổ tuyển mộ nhân viên

+Tổ đào tạo

+Tổ quản lý phúc lợi

3.1.3. Thị trường đang khai thác và thị trường mục tiêu

**Thị trường đang khai thác:*

Nghiên cứu thị trường trong kinh doanh dịch vụ lưu trú, công việc trước hết là phân đoạn được thị trường, xác định được chiến lược dành cho thị trường đó như thế nào, hiểu được tâm lý khách, đây là bước quan trọng đầu tiên để kế hoạch kinh doanh được thuận lợi.

Mặc dù mới đưa vào hoạt động kinh doanh được một năm nhưng khách sạn CLASSIC Hoàng Long đã sớm xây dựng được một hình ảnh mới trong làng kinh doanh khách sạn Hải Phòng. Được các nhà kinh doanh khách sạn đánh giá cao, CLASSIC Hoàng Long đang ngày càng hoàn thiện để tạo nên hình ảnh một khách sạn mang "tầm cỡ quốc tế, nâng tầm thương hiệu Việt".

Trong một năm kinh doanh vừa qua,khách sạn đã có nhiều đối tượng khách lưu trú tại khách sạn như là các thương gia nước ngoài sang công tác tại Việt Nam, các đoàn khách du lịch từ Trung Quốc, khách Việt nam, khách Châu âu, Thái lan, Singapore…

Khách sạn cũng đã tổ chức thực hiện thành công nhiều hội nghị quốc tế, các hội thảo trong nước, các bữa tiệc Giáng sinh, Hallowen, nhiều đám cưới độc đáo cũng đã được diễn ra tại khách sạn.

**Thị trường mục tiêu:*

_Với những thành công ban đầu, giám đốc khách sạn CLASSIC Hoàng Long đã xác định trong những năm tiếp theo thị trường mục tiêu của khách sạn sẽ vẫn là những đối tượng khách Châu Âu, Châu Á, tập trung khai thác khách tour Châu Á trong thời điểm vắng khách để tăng số lượng phòng vào thời điểm đó.

3.1.4. Vị trí của khách sạn CLASSIC Hoàng Long trên thị trường Hải Phòng

3.1.4.1. Những thuận lợi của khách sạn

Là một khách sạn mới với sự đầu tư lớn khách sạn CLASSIC Hoàng Long nổi lên như một ngôi sao mới của nghành kinh doanh khách sạn,bước đầu đã có những hợp đồng lớn góp phần tạo nên thương hiệu của khách sạn. Những thuận lợi ban đầu của khách sạn được tóm tắt như sau:

+Vị trí của khách sạn:

Nằm ngay tại trung tâm thành phố chỉ cách nhà hát lớn gần 300m, khách sạn CLASSIC Hoàng Long có một vị trí tương đối đẹp và thuận lợi. Gần khách sạn là bệnh viện chợ, siêu thị, các cửa hàng mua sắm…Tất cả những điều này đều ảnh hưởng tích cực tới hoạt động kinh doanh của khách sạn.

+Khách sạn mới xây dựng và đi vào hoạt động được một năm nên cơ sở vật chất kĩ thuật còn mới, đảm bảo sự tiện nghi cần thiết để có thể mang tới sự phục vụ khách tốt nhất.

+Đội ngũ nhân viên trẻ trung, năng động, nhiệt tình với công việc tạo một cái nhìn thiện cảm cho khách khi tới khách sạn. Khách sạn CLASSIC Hoàng Long đang có trong tay một vũ khí lợi hại về con người song chưa biết khai thác để tạo chất lượng tốt hơn trong việc cung cấp dịch vụ của mình.

3.1.4.2. Những khó khăn của khách sạn:

Là một doanh nghiệp kinh doanh khách sạn mới mẻ, CLASSIC Hoàng Long không tránh khỏi những khó khăn ban đầu như sau:

+Là khách sạn mới chưa có tên tuổi trong ngành kinh doanh khách sạn nên CLASSIC Hoàng Long gặp phải khó khăn trong việc kí kết hợp đồng với khách nước ngoài, một số nước có quan niệm muốn được ở trong một khách sạn có danh tiếng và lâu đời hơn là ở trong một khách sạn mới vì họ e rằng trình độ và chất lượng phục vụ không được tốt.

+CLASSIC Hoàng Long cũng gặp khó khăn trong việc tìm kiếm các khách hàng trong nước vì thương hiệu khách sạn chưa được khẳng định.

+Vì xây dựng tại trung tâm thành phố nên diện tích mặt bằng của khách sạn khá khiêm tốn, điều đó ảnh hưởng tới thiết kế xây dựng ban đầu và thiếu một số cơ sở nên chưa thể nâng cấp khách sạn thành 4,5 sao như yêu cầu ban đầu của chủ đầu tư.

+Khó khăn hiện tại của khách sạn là đội ngũ quản lý còn trẻ, chưa thực sự có trình độ về khách sạn điều này khiến hướng đi kinh doanh của khách sạn gặp nhiều khó khăn,kể cả công tác quản lý.

+Đội ngũ nhân viên trẻ trung,năng động yêu nghề song một số người chưa được đào tạo qua trường lớp du lịch nên phải mất thêm nhiều chi phí đào tạo, trình độ ngoại ngữ của đội ngũ nhân viên còn quá thấp chính vì vậy việc giao tiếp với khách nước ngoài gặp nhiều trở ngại. Vấn đề này đang là nỗi nhứt nhối đối với các cấp quản lý khách sạn.

+Phân bổ cán bộ nhân viên tại CLASSIC Hoàng Long gặp nhiều điều bất cập, những người có năng lực thực sự chưa được tận dụng tối đa, hiệu quả công việc chưa tốt.

+Giá cả cũng là một điều khó khăn,vì xu hướng chung của khách hàng luôn muốn được "dịch vụ tốt nhất,giá rẻ nhất" , nếu giá quá thấp sẽ ảnh hưởng tới vốn, doanh thu nhưng phía ban lãnh đạo đã chấp nhận giá thấp hơn so với những khách sạn khác nhằm thu hút khách tới khách sạn trong 3 năm đầu tiên.

3.1.5. Tình hình hoạt động chung của khách sạn

* Hoạt động kinh doanh

Khách sạn đã đạt được những thành công ban đầu trong kinh doanh:

+Những thành công ban đầu về kinh doanh của khách sạn CLASSIC Hoàng Long tại thị trường Hải phòng được thể hiện qua năm đầu tiên, khách sạn đã phục vụ gần trăm đám cưới, hội nghị, hội thảo, đón tiếp nhiều đoàn khách trong và ngoài nước lưu trú tại khách sạn, kí kết được nhiều hợp đồng lưu trú dài hạn.

+Tất cả các bộ phận đều vượt mức doanh thu yêu cầu ban đầu, tạo ra những con số kinh doanh rất đáng chúc mừng đối với một khách sạn mới đi vào hoạt động như CLASSIC Hoàng Long.

* Hoạt động Marketing

_Thiết lập các hình thức quảng bá hình ảnh khách sạn tới khách hàng thông qua các chương trình quảng cáo, các bài báo mạng, website...

_Hệ thống đặt phòng trực tuyến đã đưa vào hoạt động nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho khách hàng trong và ngoài nước.

_Xây dựng một hình ảnh mới về đội ngũ nhân viên thân thiện, cởi mở trong lòng khách:

+Nhân viên của CLASSIC Hoàng Long đã để lại những hình ảnh tốt đẹp về khách sạn và bản thân mình với khách bằng thái độ niềm nở khi đón tiếp, bằng tinh thần phục vụ cao độ, bằng sự thân thiện của mình họ đã đem lại cho khách sự thoải mái như đang được sống tại nhà mình, mọi người đều như anh chị em trong một gia đình.

+Mặc dù trình độ về nghiệp vụ còn yếu kém song đây là điều đáng mừng cho hoạt động kinh doanh vì số lượng khách quay trở lại khách sạn lần thứ 2 là rất nhiều, và dĩ nhiên việc họ trở thành khách hàng thường xuyên của khách sạn rất khả quan..

* Hoạt động điều hành của khách sạn

Khách sạn có một bộ máy điều hành các bộ phận chủ chốt như sau:

+Trưởng bộ phận lễ tân

+Trưởng bộ phận nhà hàng

+Trưởng bộ phận buồng

Đây là những bộ phận chủ yếu đem lại doanh thu cho khách sạn, họ sẽ phải thường xuyên báo cáo doanh thu cho giám đốc để đề ra các chiến lược kinh doanh hợp lý.

Các trưởng bộ phận sẽ quản lý nhân viên của mình thông qua việc giám sát, theo dõi công việc của nhân viên đó hoặc là báo cáo của các cấp thấp hơn như giám sát,phó giám sát, các captain

Mỗi một trưởng bộ phận sẽ quản lý một số lượng nhân viên như sau

+Trưởng bộ phận lễ tân quản lý 13 nhân viên gồm bộ phận lễ tân và bảo vệ, bộ phận hành lý

+Trưởng bộ phận nhà hàng sẽ quản lý cả nhà hàng, bar gồm 15 nhân viên với 2 nhà hàng và 2 nhà hội thảo tại tầng 3 và tâng 4

+Trưởng bộ phận buông quản lý 54 phòng ngủ với 10 nhân viên.

Các bộ phận này cùng hợp tác với nhau trong công việc nhằm tạo hiệu quả cao trong kinh doanh và chất lượng phục vụ.

3.2. Hoạt động giao tiếp ứng xử của đội ngũ nhân viên phục vụ tại CLASSIC Hoàng Long Hotel

Hoạt động giao tiếp ứng xử của đội ngũ nhân viên phục vụ sẽ ảnh hưởng rất lớn tới hoạt đông kinh doanh chung của khách sạn, khách sạn có tồn tại được hay không dựa vào sự phục vụ của nhân viên có thực sự khiến khách hài lòng hay không.

Bây giờ ta sẽ đi tìm hiểu về hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên CLASSIC Hoàng Long ở từng bộ phận phục vụ như thế nào

3.2.1.Giao tiếp ứng xử của nhân viên bộ phận lễ tân

* Vai trò của bộ phận lễ tân:

_Bộ phận lễ tân là trung tâm đầu não diễn ra các hoạt động đón tiếp khách đến đặt buồng, đăng kí khách sạn, trao đổi thông tin, trả buồng, thanh toán…Mọi hoạt

động của khách sạn đều hướng tới lễ tân. Bộ phận lễ tân chính là nơi thu và chuyển phát thông tin đến các bộ phận khác

_Bộ phận lễ tân đại diện cho khách sạn, là người bán hàng, người cung cấp thông tin về dịch vụ cho khách sạn, là bộ phận đầu tiên và là bộ phân cuối cùng khi tiếp xúc với khách hàng. Là ấn tượng ban đầu và kết thúc về chất lượng dịch vụ khách sạn.

_Bộ phận lễ tân là nơi tiếp nhận, giải quyết mọi thắc mắc của khách hàng trong thời gian khách lưu trú tại khách sạn

_Bộ phận lễ tân đóng vai trò quan trọng trong việc tham mưu,giúp cho quản lý khách sạn có được chiến để hoàn thiện sản phẩm, thị trường khách hàng, định ra các kế hoạch kinh doanh, đem lại doanh thu cao nhất với mức giá cao nhất khi cho khách thuê phòng bằng các công việc hàng ngày của lễ tân.

*Chức năng của lễ tân

_Đây là trung tâm vận hành nghiệp vụ, thực hiện quy trình công nghệ của toàn khách sạn, nơi theo dõi và phục vụ khách trong suốt thời gian sử dụng dịch vụ.

_Là cầu nối giữa khách và khách sạn thông qua các dịch vụ bên trong và bên ngoài khách sạn.

_Bộ phận lễ tân thực hiện 5 chức năng chính sau:

+Chức năng đặt buồng

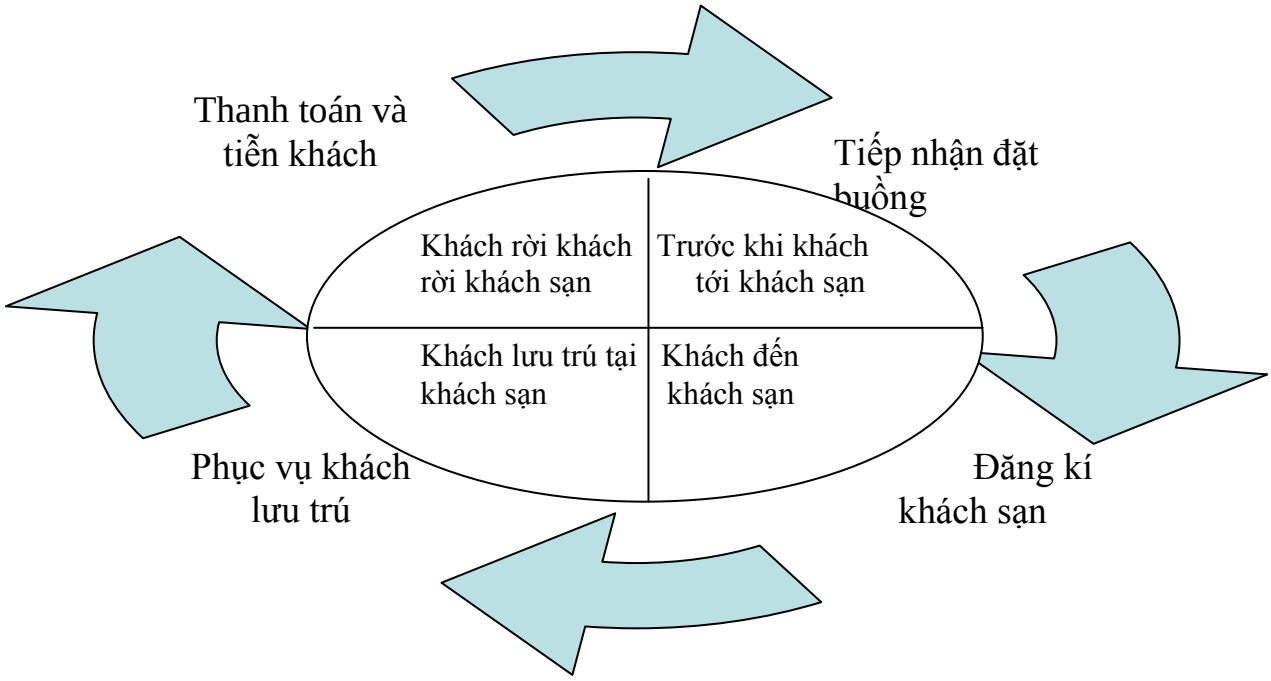
+Chức năng đón tiếp

+Chức năng thu ngân

+Chức năng tổng đài điện thoại

+Chức năng quan hệ khách hàng

Ta sẽ tìm hiểu hoạt động giao tiếp ứng xử với khách của nhân viên lễ tân thông qua quy trình hoạt động chung của bộ phận. Quy trình đó được diễn ra trong việc phục vụ một lượt khách (một chu trình) sẽ trải qua 4 giai đoạn và được thể hiện qua sơ đồ sau:



1. Giai đoạn trước khi khách tới khách sạn(Pre-arval)

Giai đoạn này là giai đoạn khách đặt buồng tại khách sạn, việc này có thể diên ra theo 2 hình thức:

+Khách trực tiếp tới quầy lễ tân đăng ý khách sạn.

+Khách đặt phòng qua điện thoại, email, website, thông qua đại lý du lịch, các hãng hàng không…

_Khi khách liên hệ với khách sạn để đặt buồng, nhân viên lễ tân sẽ giới thiệu các sản phẩm của khách sạn và tiến hành các yêu cầu của khách.

_Khi đã xác định được khách muốn đặt buồng thì nhân viên làm thủ tục tiếp nhận đặt buồng của khách. Nhân viên lễ tân sẽ luôn nắm được tình trạng buồng, đặc điểm, giá của từng loại buồng nhằm đáp ứng được chính xác những yêu cầu của khách.

_Trong thời gian khách làm thủ tục tiếp nhận đặt buồng, nhân viên lễ tân luôn giữ thái độ niêm nở thể hiện sự vui mừng khi được phục vụ khách, mong chờ khách tới khách sạn.

+Nếu đặt buồng được chấp nhận, nhân viên lễ tân tiến hành lập phiếu đặt buồng cho khách và tiến hành chuẩn bị hồ sơ đăng kí khách, xếp buồng và xác định giá buồng.

_Sau khi đã hoàn tất thủ tục tiếp nhận đặt buồng của khách, nhân viên lễ tân sẽ nói:"cảm ơn và rất vui được đón tiếp quý khách tại khách sạn"và chào tạm biệt khách.

2. Giai đoạn khách tới khách sạn (Arival)

Giai đoạn này gồm các hoạt động: Đón tiếp, làm thủ tục đăng ý khách sạn và cung cấp thông tin cho khách.

Việc đón tiếp khách đòi hỏi phải tạo được ấn tượng tốt đẹp về khách sạn.

_Khi khách tới khách sạn làm thủ tục đăng ký khách sạn, nhân viên trực cửa chào đón khách và giúp khách mang hành lý lên đai sảnh, dẫn khách tới quầy lễ tân để làm thủ tục.

_Nhân viên lễ tân chủ động tươi cười chào đón khách. Thái độ thiện cảm, niềm nở, luôn sẵn sàng giúp đỡ khách là yếu tố quan trọng mà nhân viên lễ tân CLASSIC Hoàng Long hotel đã làm được để gây thiện cảm với khách.

Công việc chào đón rất quan trọng, nó ảnh hưởng đến hiệu quả công việc của bộ phận. Để tạo được ấn tượng tốt đẹp đó, nhân viên lễ tân khách sạn đã làm như sau:

+Tươi cười chào đón khách khi khách tới quầy lễ tân.

+Nhìn khách với ánh mắt thân thiện, luôn mỉm cười tự nhiên, không hề giả tạo.

+Đứng thẳng điều này thể hiện sự tôn trọng khách.

+Trang phục lịch sự gọn gàng, vệ sinh sạch sẽ.

+Giọng nói nhẹ nhàng dễ nghe

_Nhân viên lễ tân giới thiệu các dịch vụ của khách sạn,giúp khách lựa chọn khách sạn cũng như các dịch vụ tương ứng.

+Luôn đối xử bình đẳng với mọi đối tượng khách

_Sau khi chào đón khách sẽ là việc khẳng định lại việc đặt buồng của khách xem khách có đặt trước hay không.

_Khi sự khẳng định đặt phòng đã hoàn tất, nhân viên lễ tân sẽ giới thiệu thêm một cách đầy đủ và hấp dẫn các dịch vụ có trong khách sạn nhằm tăng thêm nhu cầu sử dụng dịch vụ của khách

_Trao chìa khóa cho khách và dẫn khách lên buồng

+Trong giai đoạn này,nhân viên lễ tân bắt đầu mở tài khoản và theo dõi các khoản chi của khách.

+Sau khi đã hoàn thành thủ tục đăng ký khách sạn,phiếu đăng ký khách sạn sẽ được chuyển cho nhân viên thu ngân để chuẩn bị trước hồ sơ thanh toán cho khách.

Trong giai đoạn này, nhân viên lễ tân cũng luôn thể hiện sự niềm nở, thân thiện của mình đối với khách,tạo sự thoải mái,dễ chịu cho buổi tiếp xúc đầu tiên giữa khách và khách sạn.

3. Giai đoạn phục vụ khách trong thời gian lưu trú (Guest-in- house)

+Nhân viên lễ tân trực tiếp hoặc gián tiếp kết hợp với các bộ phận liên quan trong khách sạn để phục vụ khách.

+Giới thiệu, khuyến khích và tạo điều kiện để khách tiêu dùng nhiều hàng hóa, dịch vụ của khách sạn.

+Tiếp nhận và giải quyết các phàn nàn của khách để thực hiên cho việc thanh toán khi khách trả buồng rời khách sạn.

Giai đoạn này cần sự khéo léo của nhân viên lễ tân trong cách giải quyết các vấn đề phát sinh, mọi phàn nàn của khách sẽ luôn hướng về bộ phận này và việc có khiến khách thỏa mãn hay không tùy thuộc vào nhân viên đó có sự ứng phó như thế nào.

Sau đây là một tình huống mà nhân viên lễ tân khách sạn CLASSIC Hoàng Long đã xử lý phàn nàn của khách như sau:

Ông Theradon - một vị khachs người Thái Lan đã phàn nàn với lễ tân về việc ông đã phải mất rất nhiều thời gian mới thoát khỏi nhà tắm, vì cửa khóa nhà tắm bị

kẹt không mở được ra được. Ông Theradon đã rất tức giận vì ông vừa tới khách sạn được 3 giờ đồng hồ đã gặp phải chuyện bực mình này.

Chị Lan Anh nhân viên lễ tân đã nhanh chóng thông cảm với sự tức giận đó bằng một nụ cười thân thiện, đồng cảm với khách và nói:

"Thành thật xin lỗi ông về sự cố vừa rồi. Ông hãy yên tâm vì sẽ có nhân viên kĩ thuật lên phòng và sửa chiếc cửa đó ngay bây giờ ạ. Chắc chắn chuyện này sẽ không xảy ra với ông thêm một lần nào nữa."

Ông Theradon đã bớt tức giận, thái độ trở nên hiền dịu hơn trước nụ cười xin lỗi của cô nhân viên lễ tân, và nói:

"Không sao. Tôi sẽ chờ nhân viên lên sửa."

Sự việc đã được làm lắng xuống trước sự ứng xử khéo léo cúa chị Lan Anh, vị khách đã hết tức giận và tỏ ý thông cảm cho khách sạn về sự việc vừa rồi, sau đó ông Theradon đã ký hợp đồng ở dài hạn với khách sạn.

Tình huống trên cho thấy sự khéo léo ứng xử của nhân viên lễ tân khách sạn, chính nhờ họ mà khách sạn đã có thêm một hợp đồng lưu trú dài hạn.

_Điều dễ dàng nhận thấy ở đội ngũ nhân viên lễ tân là sự quan tâm tới khách, họ thường xuyên hỏi thăm tình trạng sức khỏe của khách, các hoạt động trong ngày của khách, quan tâm tới khách như chính người thân của mình. Chính điều này đã tạo ra ấn tượng khó phai về hình ảnh CLASSIC Hoàng Long trong lòng khách lưu trú.

4. Giai đoạn khách thanh toán trả buồng rời khách sạn (Departure)

_Khi khách thanh toán, trả buồng: Công việc chủ yếu của nhân viên lễ tân dựa vào những dịch vụ khách sử dụng là làm thủ tục thanh toán cho khách, nhận buồng và chìa khóa buồng.

_Khi khách rời khách sạn:Nhân viên lễ tân tạo điều kiện giúp khách rời khỏi khách sạn, nhân viên hành lý sẽ giúp khách chuyển hành lý, đồ đạc. Việc tiễn khách được diễn ra rất tận tình chu đáo, để khách cảm nhận được sự quan tâm của khách sạn và khuyến khích khách quay trở lại khách sạn vào lần sau.

_Nhân viên lễ tân không quên hỏi ý kiến khách về chất lượng dịch vụ của khách sạn

_Giúp đỡ khách tìm phương tiện vận chuyển(nếu khách có nhu cầu)

_Chào khách chúc khách may mắn và hẹn gặp lại

3.2.2. Giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ tại bộ phận nhà hàng

*Nhiệm vụ chung của nhân viên phục vụ tại bộ phận nhà hàng

Nhà hàng là nơi tổ chức kinh doanh ăn uống cho khách lưu trú ở khách sạn và khách ngoài khách sạn,phục vụ tiệc cưới hội nghị…,là một trong những nguồn doanh thu khá lớn của khách sạn.

Nhân viên phục vụ tại bộ phận này bao gồm: Nhân viên phục vụ bàn(phục vụ đồ ăn) và nhân viên bar(phục vụ đồ uống).

Vai trò của một nhân viên phục vụ tại bộ phận này sẽ rất quan trọng, sự kinh doanh có thành công hay không phụ thuộc rất nhiều vào cách phục vụ của nhân viên bộ phận này.Vì vậy,nhiệm vụ chung của nhân viên bộ phận nhà hàng có những điểm như sau:

_Chịu trách nhiệm phục vụ khách ăn, uống với mọi hình thức như tiệc, hội nghị, hội thảo, đám cưới, phục vụ các bữa ăn thường, bữa tiệc lớn…

_Tìm hiểu nắm vững yêu cầu của khách phối hợp chặt chẽ giữa các nhân viên bếp, bar, bàn để đạt hiệu quả cao trong quá trình phục vụ khách.

_Tạo bầu không khí thoải mái, hấp dẫn để khách thưởng thức món ăn, đồ uống thông qua việc sắp đặt, bài trí phòng ăn, bàn ăn, kiểm soát thiết bị ánh sáng nhiệt độ, phong cách giao tiếp…

_Duy trì vệ sinh an toàn thực phẩm và vệ sinh môi trường.

_Có các biện pháp bảo vệ tuyệt đối an toàn tài sản và tính mạng của khách

_Thực hiện việc quản lý tài sản của bộ phận trong quá trình phục vụ, đảm bảo việc tổ chức bữa ăn theo đúng qui cách, kĩ thuật nghi thức phục vụ.

Hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên bộ phận nhà hàng trong quá trình phục vụ khách ăn uống:

Quá trình phục vụ khách sẽ được chia làm 3 giai đoạn như sau:

_Giai đoạn trước khi phục vụ khách

Căn cứ vào tính chất bữa ăn, thực đơn, tiêu chuẩn, số lượng khách, giờ ăn để tiến hành chuẩn bị.

Chuẩn bị phòng ăn: Làm vệ sinh phòng, chuẩn bị hệ thống thiết bị âm thanh, ánh sáng, trang trí mĩ thuật và lau chùi, kê xếp bàn ghế ngay ngắn theo sơ đồ hợp lý.

Tiến hành trải khăn bàn và set up dụng cụ ăn uống, gia vị, lọ hoa, gạt tàn, thực đơn.

Kiểm tra lại toàn bộ tiện nghi trong phòng, chuẩn bị bàn chờ sẵn sằng để có thể phục vụ khách.

_Giai đoạn phục vụ trực tiếp cho khách:

<u>* Chào đón khách và xếp chỗ cho khách</u>

Khi khách tới, nhân viên đón tiếp chủ động chào hỏi khách thể hiện sự nhiệt tình, hiếu khách. Nhân viên sẽ hỏi khách có bao nhiêu người,có đặt trước hay không… và mời khách vào nhà hàng

Nhân viên nhà hàng sẽ dẫn khách vào phòng ăn, đi ở bên trái khách, trước 1,5m.Tùy theo thành phần, số lượng, yêu cầu của khách để có thể xếp chỗ ngồi hợp lý. Nếu khách đã thấy chỗ ngồi thích hợp thì nhân viên sẽ nhẹ nhàng kéo ghế mời khách ngồi, mở khăn giúp khách, sau đó mời khách nước lọc. Trong trường hợp khách đã đặt bàn trước thì chủ động dẫn khách đến bàn ăn, phòng ăn dự kiến.

<u>* Giới thiệu thực đơn và lấy yêu cầu gọi món</u>

Nhân viên nhà hàng sẽ có người chuyên phụ trách lấy yêu cầu gọi món của khách và được gọi là captain oder.

Sau khi khách đã ngồi yên vị, Captain oder sẽ cầm thực đơn ra và mời khách chọn món.

Thực đơn sẽ được đưa cho chủ tiệc đầu tiên sau đó là người cao tuổi, phụ nữ, và những vị khách còn lại, thông thường thì trẻ em sẽ được người lớn chọn hộ đồ ăn.

Trong khi chờ khách chọn đồ nhân viên sẽ giới thiệu thêm các món là đặc sản của khách sạn như tại nhà hàng Á (Ancient Restaurant) - khách sạn Hoàng Long là : Nem ốc đặc biệt. bắp bò Hoàng Long, tu hài cháy tỏi…Việc này giúp khách có thêm cơ hội chọn món ăn, tăng nhu cầu gọi món của khách và giúp nhà hàng bán được nhiều hàng hơn.

Khi nhận yêu cầu gọi món nhân viên nhà hàng cầm trên tay sẵn bút và phiếu yêu cầu gọi món (captain oder) để ghi.Khi ghi phiếu,nhân viên sẽ ghi yêu cầu của nữ trước, nam sau,cuối cùng là chủ tiệc,luôn ghi rõ yêu cầu của từng khách tránh nhầm lẫn.

Sau khi ghi xong, nhân viên sẽ hỏi khách thêm về các chỉ dẫn nấu nướng,nhắc lại yêu cầu của khách để khẳng định lại với khách. Nhẹ nhàng nói với khách sẽ phải chờ trong ít phút trong khi bếp chuẩn bị đồ ăn.

* Chuyển yêu cầu của khách cho bộ phận bếp, bar

Sau khi lấy xong yêu cầu gọi món của khách,nhân viên sẽ nhanh chóng chuyển phiếu yêu cầu tới bộ phận bếp, bar. Giai đoạn này nhân viên phục vụ luôn đảm bảo tốc độ, thứ tự phiếu.

Trong trường hợp món ăn chế biến lâu, nhân viên sẽ thông báo với khách biết, tránh việc để khách khó chịu vì phải đợi lâu.

* Nhận món ăn,đồ uống phục vụ khách:

+Nhận món ăn:

Kiểm tra lại món ăn xem đã đúng với yêu cầu của khách hay chưa, số lượng các món ăn, chất lượng, màu sắc trang trí đã đảm bảo thẩm mĩ, hấp dẫn chưa…

+Khi phục vụ khách:

Nhân viên vận dụng các thao tác nghiệp vụ cơ bản để trực tiếp phục vụ khách ăn uống theo kiểu món, suất hay gia đình.

Trong quá trình phục vụ, nhân viên bàn kết hợp với nhân viên bar phục vụ ăn uống cho khách với phong cách làm việc sau:

-Thái độ lịch sự thân thiện, tận tình chu đáo luôn đảm bảo tốc độ phục vụ cũng như kĩ năng thuần phục

-Phục vụ đúng thứ tự và vị trí. Trình tự phục vụ từ món khai vị, món chính đến tráng miệng, các món khô đến các món ướt, món nguội đến các món nóng.

-Thường xuyên quan tâm, theo dõi để đáp ứng yêu cầu của khách, giúp khách lấy thức ăn, hướng dẫn khách sử dụng món ăn…

-Khi có bất kì một phản ứng gì từ phía khách, nhân viên phục vụ sẽ chú ý ngay và nhận lời giúp khách mọi yêu cầu chính đáng.

-Khi tiếp đồ ăn cho khách, người phục vụ đi theo chiều ngược kim đồng hồ và phục vụ từ phía tay trái. Khi thay, đặt dụng cụ hoặc rót đồ uống thì người phục vụ đi theo chiều kim đồng hồ và phục vụ về phía tay phải khách.

-Tùy vào từng món ăn mà người phục vụ sẽ có các kĩ năng phục vụ khác nhau.Ví dụ như sau:

Đối với món ăn Âu: Sau mỗi món ăn sẽ phải thu hết những dụng cụ liển quan đến món đó rồi mới đưa dụng cụ và thức ăn của món sau ra, phục vụ theo trình tự.

Đầu bữa rót rượu khai vị: Sâm panh (champane), cocktail

Phục vụ món khai vị nguội trước món xúp và món khai vị nóng.

Rót rượu mạnh / vang trắng

Phục vụ món ăn chính nặng hay món từ thịt lợn, thịt bò.

Phục vụ các món rau.

Đặt dụng cụ và phục vụ món tráng miệng, trước đó thu hết các dụng cụ đã sử dụng

Phục vụ rượu tiêu vị, rượu thơm, rượu ngọt, bánh ngọt, trà, café.

Đối với món ăn Á: Các món ăn Á được phục vụ theo từng phần (khai vị, món ăn chính, tráng miệng), mỗi phần có bao nhiêu món thì đưa lên cùng một lúc để khách

tự chọn theo sở thích. Các món ăn khai vị nguội được bày sẵn trên bàn trước lúc khách đến.Riêng món xúp nóng dùng khay để bê đi phục vụ từng khách. Trình tự phục vụ như sau:

Rót đồ uống

Phục vụ món xúp cho từng khách.

Khai vị nóng

Món thưởng thức

Tiếp đồ uống

Phục vụ món chính khác

Phục vụ cơm canh

Phục vụ món tráng miệng và trà

_Thanh toán và xin ý kiến khách:

Khi khách yêu cầu thanh toán, nhân viên đến quầy thu ngân lấy hóa đơn đã được tính sẵn và đưa tới cho khách.Khi đưa hóa đơn cho khách nhân viên của nhà hàng sẽ sử dụng một quyển thu tiền của khách, kẹp tờ hóa đơn vào bên trong và đưa cho người yêu cầu thanh toán xem, khách sẽ trả tiền vào ngăn đựng tiền. Nếu khách còn thừa tiền nhân viên sẽ để lại vào quyển thu tiền mang trả lại cho khách.

Nếu là khách lưu trú tại khách sạn, nhân viên sẽ phải xác nhận lại số phòng, rồi đề nghị khách ký xác nhận vào tờ hóa đơn, sau đó chuyển hóa đơn lại cho bộ phận lễ tân để cập nhập chi phí của khách.

Trong khi thanh toán nhân viên sẽ xin ý kiến khách về chất lượng món ăn, kỹ năng và thái độ phục vụ, tổ chức phục vụ… của khách sạn, nhà hàng.

_ Giai đoạn tiễn khách:

Khi khách ra về nhân viên phục vụ kéo ghế, giúp khách lấy mũ áo, giúp khách mở cửa và bấm thang máy. Sau đó là lời chào và chúc khách, hẹn gặp lại, luôn để khách thấy sự nhiệt tình của khách sạn, bày tỏ thái độ vui mừng khi được phục vụ khách.

Những khách quan trọng lãnh đạo nhà hàng, khách sạn cùng ra chào và tiễn khách.

_Thu dọn

Sau khi khách về nhân viên tiến hành thu dọn theo trình tự và sắp đặt lại bàn ăn như lúc đầu.

3.2.3. Giao tiếp ứng xử của nhân viên bộ phận buồng

* Vai trò, nhiệm vụ của bộ phận buồng trong khách sạn:

- Bộ phận buồng có vai trò quan trọng trong hoạt động kinh doanh của khách sạn. Bộ phận buồng sẽ phối hợp với bộ phân lễ tân cung cấp các dịch vụ lưu trú tạo doanh thu lớn (50-60%) trong tổng doanh thu của khách sạn, vì buồng khách là sản phẩm chính của khách sạn. Hơn nữa, việc đẩy mạnh bán dịch vụ buồng sẽ quyết định việc mở rộng qui mô các dịch vụ khác trong khách sạn.

- Nhiệm vụ chính của bộ phận buồng là luôn luôn đảm bảo vệ sinh của toàn khách sạn, từ buồng ngủ của khách cho tới các khu vực công cộng của khách sạn.

- Luôn luôn đảm bảo phục vụ mọi yêu cầu, thu nhận các tín hiệu về dịch vụ của khách để báo cho nhân viên lễ tân.

- Phát hiện, xử lý các tài sản bỏ quên của khách tại buồng ngủ và các khu vực khác trong khách sạn.

- Chịu trách nhiệm trước lãnh đạo khách sạn về toàn bộ tài sản ở trong phòng nghỉ. Đồng thời, phải phản ánh các ý kiến phản hồi của khách đến ở để nâng cao chất lượng dịch vụ.

* Mối quan hệ của bộ phận buồng với các bộ phận khác

- Với ban giám đốc: Bộ phận buồng thường xuyên nhận sự chỉ đạo từ ban giám đốc, là bộ phận trực tiếp thực hiện các chỉ tiêu kinh doanh của khách sạn nên các ý kiến thường xuyên được báo cáo lên giám đốc.

- Với bộ phận lễ tân: Nhận ý kiến khen chê của khách để chuyển tới bộ phận lễ tân giải quyết.

- Với bộ phận phục vụ ăn uống: Báo cho bộ phận này về nhu cầu ăn uống của khách lưu trú trong khách sạn,là cầu nối giữa khách với bộ phận phục vụ ăn uống.

- Với bộ phận kĩ thuật, bảo vệ: Sửa chữa, thay thế và đảm bảo chất lượng các trang thiết bị. Đảm bảo an toàn tính mạng và tài sản cho khách và khách sạn.

Nói tóm lại, mối quan hệ giữa bộ phận buồng và các bộ phận khác trong khách sạn chủ yếu là việc chuyển và nhận các thông tin liên quan tới công việc hàng ngày và những lời nhận xét của khách để giúp cải tiến, nâng cao chất lượng phục vụ ngày càng tốt hơn.

<u>* Hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên bộ phận buồng qua quy trình phục vụ buồng khách</u>

Khách lưu trú tại khách sạn, dù thời gian ngắn hay dài thì các nhân viên bộ phận buồng vẫn phải thực hiện một quy trình phục vụ qua 4 bước, ứng với các giai đoạn khách đến khách sạn:

- *Chuẩn bị buồng trước khi đón khách:-*

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

Làm vệ sinh buồng khách

Kiểm tra các thiết bị trong buồng (hệ thống điện nước,tiện nghi phòng ngủ, phòng vệ sinh…), nếu thấy thiếu sót hoặc hỏng hóc thì sẽ báo cho bộ phận kĩ thuật để bổ sung hoặc sửa chữa kịp thời.

Sau khi kiểm tra và chuẩn bị chu đáo, đảm bảo buồng đúng tiêu chuẩn chất lượng thì báo cho bộ phận lễ tân: " Buồng đã sẵn sàng đón khách".

- *Đón tiếp khách và bàn giao buồng:*

Có thể do nhân viên hành lý hoặc nhân viên buồng thực hiện nhưng phải đảm bảo nhanh chóng, chính xác, tạo tâm lý thoải mái cho khách.Các công việc cụ thể cần làm là:

Dẫn khách lên buồng mà lễ tân đã thông báo. Mở cửa buồng, bật điện, quan sát nhanh và mời khách vào.

Đặt hành lý của khách đúng vị trí. Giới thiệu khéo léo về các trang thiết bị với mục đích bàn giao, hướng dẫn, giới thiệu nội quy và thông báo về các dịch vụ, sổ điên thoại của các bộ phận dịch vụ trong khách sạn.

Hỏi xem khách có yêu cầu gì không và đáp ứng kịp thời tạo sự yên tâm cho khách.

Báo cáo cho khách nơi trực buồng.

Bàn giao chìa khóa và chúc khách có một kì nghỉ vui vẻ. Chào khách và ra khỏi buồng khách.

- *Phục vụ khách trong thời gian lưu trú:*

Làm vệ sinh buồng khách hàng ngày

Phục vụ khách các dịch vụ bổ sung nếu khách yêu cầu như dịch vụ đồ uống trong mini bar, giặt là, chăm sóc người ốm, mượn đồ dùng sinh hoạt...Khi phục vụ nhân viên luôn thực hiện đúng quy trình và ghi hóa đơn dịch vụ để cuối ngày chuyển cho bộ phận lễ tân tập hợp vào bảng tổng hợp chi phí của khách.

Đáp ứng các nhu cầu khác của khách tùy theo khả năng của từng nhân viên

- *Nhận bàn giao buồng và tiễn khách:*

Nhân viên bộ phận buồng nhận thông tin trả buồng của khách tại bộ phận lễ tân.

Chuyển các hóa đơn dịch vụ khách ký nợ cho lễ tân để tổng hợp hóa đơn thanh toán.

Kiểm tra lại toàn bộ trang thiết bị xem có hư hỏng hay mất mát thì tìm nguyên nhân, lập biên bản và báo cho bộ phận liên quan kịp thời sửa chữa bổ sung. Nếu khách làm hư hỏng hoặc mất mát thì ghi vào sổ theo dõi tài sản bị mất, hỏng sau đó báo cho bộ phận lễ tân yêu cầu khách bồi thường theo chính sách của khách sạn

Giúp khách gói hành lý và nhắc khách tránh để quên hành lý, tài sản.

Kiểm tra mini bar thông báo cho bộ phận lễ tân. Nếu khách để quên tài sản thì thông báo và chuyển ngay cho bộ phận lễ tân để kịp thời trả lại cho khách.

Dọn buồng ngay sau khi khách trả buồng để kịp thời đón khách mới.

3.2.4. Hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên tại các bộ phận khác

Trong khách sạn ngoài các nhân viên ở bộ phận lễ tân, buồng, nhà hàng thì còn có rất nhiều bộ phận lên quan cũng tiếp xúc với khách, vì vậy hoạt động giao tiếp vẫn diễn ra giữa nhân viên đó và khách. Một số bộ phận khác trong khách sạn như là: nhân viên Marketing, nhân viên bộ phận HAI - P Club, nhân viên Door man (trực cửa), nhân viên bảo vệ, nhân viên thu ngân…Tất cả những nhân viên này đều góp phần tạo ra hình ảnh về khách sạn, họ không phục vụ trực tiếp nhưng lại góp mặt tích cực vào hiệu quả kinh doanh của khách sạn.

- *Nhân viên bộ phận Marketng*:

Trực tiếp giao tiếp với khách để giới thiệu các dịch vụ của khách sạn. Marketing còn là cầu nối giữa khách và khách sạn, thúc đẩy nhu cầu của khách sử dụng các dịch vụ khách sạn, thảo luận hợp đồng dịch vụ với khách. Trong quá trình làm việc với khách, nhân viên marketing luôn thể hiện sự khéo léo của nình trong cách giao tiếp, thể hiện thái độ ân cần, quan tâm tới nhu cầu của khách, mong muốn khách sẽ tới khách sạn mình và sử dụng dịch vụ.

- *Nhân viên bộ phận giải trí (HAI – P Club):*

Như đã trình bày ở trên, đây là bộ phận khá nhạy cảm trong khách sạn, khách tới câu lác bộ thường là những người có khả năng thanh toán rất cao, có nhu cầu được thư giãn, chăm sóc cơ thể nên khách cần một không khí thật sự dễ chịu và thoải mái.

Nhân viên của câu lạc bộ là những người nhanh nhẹn, nhiệt tình với mọi yêu cầu của khách.

Tất cả nhân viên luôn chuẩn bị tinh thần sẵn sàng để phục vụ khách, phương châm " Khách hàng là thượng đế " được dùng đúng nghĩa tại câu lạc bộ giải trí này.

Trong giao tiếp với khách, nhân viên câu lạc bộ thể hiện với khách như một chủ nhà mến khách, họ quan tâm khách, hỏi thăm tình hình sức khỏe, công việc, gia đình của khách. Luôn tạo không khí dễ chịu để khách nghỉ ngơi, thư giãn.

- *Nhân viên trực cửa, nhân viên bảo vệ:*

Đây là những người đầu tiên của khách sạn tiếp xúc với khách. Những nhân viên này sẽ tạo ấn tượng ban đầu về khách sạn với khách. Vì vậy, nhân viên của bộ phận này luôn phải nhiệt tình, niềm nở với khách, chủ động giúp khách mang hành lý, mở của xe và gửi xe vào trong khu vực tầng hầm khách san.

Những ấn tượng ban đầu này vô cùng quan trọng, nếu khách thấy ở những nhân viên này sự khó chịu và không thiện cảm, khách sẽ đánh giá thấp về chất lượng, dịch vụ của khách sạn.

Nhân viên trực cửa kết hợp với đội bảo vệ giúp đỡ những yêu cầu đầu tiên của khách, chỉ dẫn khách tới khu vực đăng kí khách sạn, bảo vệ phương tiện, tài sản của khách

- *Nhân viên thu ngân:*

Tại khách san CLASSIC Hoàng Long thì khách sẽ ra quầy thu ngân thanh toán chỉ có tại nhà hàng Ancient và Crystallize thi nhân viên nhà hàng sẽ mang hóa đơn ra cho khách và thu tiền gửi về quầy thu ngân, vì vậy nhân viên thu ngân cũng sẽ giao tiếp với khách trong khoản thời gian thanh toán đó.

Nhân viên thu ngân phải luôn chuẩn bị sẵn tinh thần khách sẽ thanh toán để chuẩn bị hóa đơn cho khách.

Các hóa đơn chứng từ phải được đặt ngay ngắn trong sổ thu tiền, phải được kiểm tra lại trước khi khách có nhu cầu thanh toán.

Việc thanh toán rất dễ có sự nhầm lẫn nên khi khách phát hiện thiếu sót đó nhanh chóng đề nghị khách chờ trong giây lát và kiểm tra lại cho chính xác. Nếu nhầm lẫn đó là từ phía khách, nhân viên thu ngân cũng nên giải thích rõ ràng cho

khách, nếu trách nhiệm thiếu sót đó đến từ mình thì nhân viên thu ngân phải xin lỗi khách và sửa lại hóa đơn cho chính xác.

Tóm lại, hoạt động giao tiếp của nhân viên các bộ phận trên dù không trực tiếp phục vụ khách họ cũng là những người tạo nên hình ảnh của khách sạn. Chính vì lẽ đó, mọi nhân viên phải luôn tỏ thái độ niềm nở với khách, quan tâm và sẵn sàng giúp đỡ các yêu cầu hợp lý của khách. Tránh trường hợp nhân viên gây gổ với khách, điều này không những làm ảnh hưởng tới hình ảnh nhân viên mà còn làm mất hình ảnh khách sạn.

CHƯƠNG IV: Một số đề xuất, kiến nghị nhằm nâng cao hoạt động giao tiếp ứng xử với khách của đội ngũ nhân viên phục vụ tại khách sạn CLASSIC Hoàng Long

4.1. Những vấn đề hạn chế trong hoạt động chung của khách sạn CLASSIC Hoàng Long :

Trong một năm hoạt động đầu tiên, khách sạn CLASSIC Hoàng Long đã đạt được những thành công ban đầu song vẫn còn nhiều vấn đề bất cập trong kinh doanh cũng như công tác quản lý, sau đây em xin nêu ra một số điều như sau:

* Cơ sở vật chất kĩ thuật chưa thật sự đầy đủ để đạt tiêu chuẩn về phục vụ:

- Do diện tích khách sạn khiêm tốn nên một số cơ sở vật chất còn thiếu điều này làm giảm đi tính chuyên nghiệp trong công tác phục vụ như: thang máy dành cho nhân viên, thang máy chuyển đồ ăn, uống, hành lý cho khách, khu vực vệ sinh công cộng dành cho nhân viên cũng bị cắt bớt diện tích…

- Bãi đỗ xe dành cho khách quá eo hẹp do diện tích tầng hầm bị cắt xén để xây dựng phòng nhân sự, kế toán, giặt là… Vào mùa cưới, lễ hội khách sạn phải mượn bãi đỗ xe cho khách trên đường Hoàng Văn Thụ, khách sẽ phải đi một đoạn đường để ra khách sạn

- Không có thang máy từ tầng hầm, nhiều khách là người tàn tật sẽ không thể đi lên tầng 2 để di thang máy được.

- Trong quá trình phục vụ khách nhân viên phải chuyển đồ ăn cho khách bằng thang máy của khách, điều này khiến khách sạn không đạt tiêu chuẩn của khách sạn 4 sao. Sẽ rất vô duyên khi nhân viên bưng một món ăn nghi ngút khói và mùi gia vị nặng mùi đứng chung với khách trong thang máy. Mất rất nhiều thời gian trong việc chuyển thức ăn từ bếp (tầng 3) lên tầng 16, 17 làm chậm đi quá trình phục vụ của nhân viên nhà hàng với khách.

Song thiết nghĩ vấn đề này rất khó có thể thay đổi vì do thiết kế ban đầu xây dựng nên vấn đề này vẫn còn là một dấu chấm lửng đối với ban lãnh đạo khách sạn.

*Công tác chuẩn bị thực phẩm dự trữ của khách sạn kém:

Mọi thực phẩm chính đều phải chờ khi có khách gọi mới được chuyển về khách sạn trừ những bữa tiệc đã được đặt trước (vì đã được báo trước về thực đơn và thời gian ra đồ nên dễ dàng trong công tác chuẩn bị), còn khách không đặt trước sẽ phải đợi rất lâu vì mất thêm thời gian vận chuyển.

*Trong công tác quản lý gặp nhiều tiêu cực.

- Cán bộ chủ chốt của khách sạn chưa thực sự chú ý tới đời sống tinh thần và vật chất của nhân viên

- Nhân viên chưa có được một môi trường làm việc chuyên nghiệp, đời sống tinh thần, vật chất còn nhiều thiếu thốn.

- Nhiều nhân viên đã công tác tại khách sạn trong suốt 1 năm vừa qua nhưng cũng chưa được hưởng các chế độ bảo hiểm theo đúng luật lao động.

- Chế độ khen thưởng cho những nhân viên xuất sắc của tháng, tổ chức các bữa tiệc sinh nhật hàng tháng cho nhân viên, các buổi văn nghệ nâng cao tinh thần đoàn kết đang bị mất dần đi do ban lãnh đạo không quan tâm. Chính điều này tác động mạnh mẽ tới thái độ và hiệu quả công việc của nhân viên.

- Bộ phận công đoàn của khách sạn chưa thành lập nên chưa có người bảo vệ tiếng nói cho nhân viên.

- Các quy định, nội quy ban đầu của khách sạn đã có sự thay đổi nhưng ngày càng có những điều bất hợp lý, vấn đề xử phạt hành chính thì quá nhiều nhưng khen thưởng cho nhân viên thì không thấy được đề cập, điều này khiến tâm lý làm việc của nhân viên căng thẳng, không tập trung vào công việc mà chỉ tránh cho khỏi bị bắt phải những "điều cấm". Một số nhân viên không đồng tình cố ý quấy phá, có những biểu hiện chống đối lại ban lãnh đạo.

*Công tác tuyển dụng, sử dụng nhân viên chưa hợp lý:

- Công tác tuyển dụng thì quá dễ dàng, rất nhiều nhân viên không có trình độ cũng như nghiệp vụ nhưng vẫn được tuyển dụng vào làm việc tại khách sạn.

- Một số nhân viên chủ chốt của khách sạn đã từng công tác vào những ngày đầu tiên vẫn chưa được đề bạt, thăng chức, cán bộ quản lý chưa quan tâm tới nhân viên, chưa tạo điều kiện để nhân viên có thể phấn đấu, cống hiến cho khách sạn.

*Hoạt động marketing ngày càng đi xuống:

- Các chiến lược để phát triển khách sạn không có tính sáng tạo, khả thi.

- Bộ phận này vẫn chưa có một nhân viên marketing theo đúng chuyên nghành, thiếu sự chuyên nghiệp của nhân viên.

* Các chương trình đào tạo nhân viên đã lập ra nhưng chưa được thực hiện:

- Các bộ phận chưa chú ý tới các kế hoạch về đào tạo nhân viên nhằm nâng trình độ nghiệp vụ, ngoại ngữ nhằm nâng cao chất lượng phục vụ của nhân viên.

4.2. Mục tiêu phát triển trong tương lai của khách sạn CLASSIC Hoàng Long

Khách sạn CLASSIC Hoàng Long đang đứng trước nguy cơ ngày càng tụt lại so với các khách sạn khác do trong thời gian qua ban lãnh đạo đã có sự bàn giao quan trọng giữa 2 giám đốc điều hành cũ và mới. Sự thay đổi này mong chờ một tương lai tốt đẹp sẽ đến với khách sạn CLASSIC Hoàng Long.

Giám đốc điều hành mới bà Hoàng Thị Thu – nguyên là Trưởng bộ phận Lễ tân đã có cuộc họp với ban lãnh đạo khách sạn để đề ra các chiến lược kinh doanh sắp tới cũng như củng cố lại bộ máy tổ chức, các nội quy của khách sạn…Dưới đây là một số mục tiêu phát triển sắp tới của khách sạn CLASSIC Hoàng Long đã được đưa ra trong cuộc họp của ban lãnh đạo khách sạn như sau :

- Trong năm tới, khách sạn CLASSIC Hoàng Long sẽ xây dựng thêm một số cơ sở kĩ thuật để hoàn thành nốt thủ tục cấp sao. Mục tiêu đề ra là xây dựng khách sạn theo tiêu chuẩn 4 sao mang đẳng cấp quốc tế.

- Thực hiện các chiến lược kinh doanh mới, đầu tư kinh phí vào hoạt động marketing xúc tiến, quảng bá hình ảnh khách sạn trên toàn thế giới.

- Xây dựng hình ảnh khách sạn CLASSIC Hoàng Long trở thành khách sạn mang thương hiệu Việt, đẳng cấp quốc tế. Mục tiêu trong tương lai CLASSIC Hoàng Long Hotel sẽ là khách sạn lớn nhất tại Hải Phòng.

- Khách sạn sẽ trở thành nơi đặt chân của nhiều khách nước ngoài, đuổi kịp những "anh chị" đi trước là Habour view, Sea star, Nam Cường Hotel…

- Tổ chức đào tạo nhân viên nhằm tạo nên một bộ máy nhân lực có trình độ chuyên môn chuyên nghiệp.

4.3. Một số đề xuất, kiến nghị với ban lãnh đạo khách sạn CLASSIC Hoàng Long

Trước những thực tại hiện xảy ra tại khách sạn, những nghiên cứu điều tra của em về hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ tại khách sạn, em xin được nêu một số đề xuất sau.Những đề xuất dưới đây không chỉ để phát triển hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ với khách mà còn nhằm phát triển hoạt động kinh doanh quản lý của khách sạn :

- Việc đầu tiên mà ban lãnh đạo cần làm là quan tâm hơn nữa tới đời sống vật chất và tinh thần của cán bộ nhân viên. Xây dựng tình đoàn kết thân ái trong tập thể cán bộ với khách sạn

Người Việt Nam thường có câu : "Có thực mới vực được đạo". Điều đó có nghĩa rằng để tạo sự gắn bó lâu dài giữa khách sạn và nhân viên, thì việc đáp ứng để đảm bảo cho người lao động có một thu nhập ổn định và hợp lý là một điều tất yếu. Ban lãnh đạo nên điều chỉnh lại lương nhân viên cho phù hợp với tình hình kinh tế, tình hình lao động trong lĩnh vực khách sạn.

Tổ chức các buổi văn nghệ, các cuộc họp trong bộ phận, khách sạn để tăng tinh thần đoàn kết giữa các cán bộ nhân viên khách sạn và khách sạn.

Thành lập quỹ hỗ trợ cán bộ công nhân viên nhằm giúp đỡ những cán bộ nhân viên gặp khó khăn, là hòm nhân ái để toàn thể cán bộ nhân viên khách sạn quan tâm đến nhau, quỹ hỗ trợ này sẽ thắt chặt tình đoàn kết mọi người với khách sạn.

Quỹ công đoàn sẽ để chi trong những lúc có nhân viên đau ốm, hoặc cúng viếng khi có thân nhân của cán bộ nhân viên qua đời, khen thưởng cho những nhân viên có thành tích tốt,tặng quà sinh nhật, ngày lễ cho phụ nữ…

- Xây dựng bộ máy thưởng phạt một cách thỏa đáng, rõ ràng, quy định thưởng phạt sẽ theo cấp bậc và loại hình thưởng phạt... Một số ví dụ về việc thay đổi quy định thưởng phạt như sau:

_ Không đeo biển tên hoặc không sủ dụng đúng biển tên phạt 30 (với nhân viên), từ 50 đến 100 điểm với các cấp quản lý (1 điểm = 1000 đồng).

_Không dập thẻ kiểm diện hoặc dập thẻ kiểm diện cho người khác phạt từ 30 đến 50 điểm

_Sao nhãng nhiệm vụ, chơi đùa trong giờ làm việc, la cà trong khu vực khách sạn khi đã hết giờ làm việc hoặc đi vào những khu vực không được phép (bao gồm phòng khách, phòng ăn, bar, sảnh, phòng thư giãn…) sẽ áp dụng hình thức khiển trách miệng đối với các cá nhân hoặc tập thể lần đầu vi phạm, nhưng nếu tái phạm sẽ bị trừ 10% tiền phụ cấp của tháng đó…

- Xây dựng lòng mến khách, nâng cao hoạt động giao tiếp ứng xử với khách của nhân viên phục vụ :

Tổ chức các buổi thảo luận trong nhân viên phục vụ, bàn về hoạt động giao tiếp với khách trong khách sạn. Trong cuộc thảo luận, hãy để mọi người thấy những khuyết điểm còn thiếu của bản thân mình khi giao tiếp với khách, rồi cùng đề ra các biện pháp để nâng cao phát triển hoạt động giao tiếp của từng bộ phận.

Đào tạo ngoại ngữ cho nhân viên vì đây là một rào cản lớn trong khi giao tiếp với khách nước ngoài. Khách sạn có thể thuê người về giảng dạy hoặc cử người trong khách sạn thành thạo về ngoại ngữ mở lớp dạy.

- Thường xuyên có các buổi kiểm tra trình độ nhân viên,kiểm tra về nghiệp vụ, cách giao tiếp ứng xử, cách xử lý tình huống, trình độ ngoại ngữ…

- Tăng cường công tác lãnh đạo về mọi mặt, các cán bộ quản lý thực hiện việc theo dõi sát sao nhân viên trong quá trình giao tiếp với khách, các quy trình phục vụ…để có các biện pháp điều chỉnh kịp thời.

- Nâng cao chất lượng sản phẩm bằng chiến lược phục vụ hoàn hảo. Sản phẩm của khách sạn chính là dịch vụ vì vậy hãy để nhân viên thấy rằng việc phục vụ khiến khách hài lòng sẽ mang lại những hiệu quả gì, khuyến khích nhân viên tạo sự gần gũi thân mật đúng mức với khách (nhớ tên của khách, nói chuyện với khách, giúp khách học tiếng Việt…)

- Đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kĩ thuật hiện đại phù hợp với nhu cầu của thị trường khách sạn, tạo điều kiện làm việc chuyên nghiệp cho nhân viên

- Vấn đề tuyển dụng ban giám đốc nên cân nhắc kĩ, cần tuyển dụng những nhân viên có trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, khả năng thích úng công việc, ngoại ngữ là một vấn đề không thể thiếu trong lĩnh vực khách sạn. Khi xây dựng được một nguồn nhân lực mạnh mẽ thì khả năng thành công trong kinh doanh của khách sạn là rất cao.

- Bản thân mỗi một nhân viên phải tự biết điều chỉnh lại hoạt động của mình trước khách, nên tỏ thái độ ân cần, quan tâm tới khách. Thường xuyên học hỏi, đưa những lý luận về giao tiếp vào thực tế, học cách xử lý tình huống một cách hợp lý nhất.

- Trong tập thể đội ngũ nhân viên của CLASSIC Hoàng Long vẫn còn những cá nhân làm ảnh hưởng tới hình ảnh của khách sạn bằng thái độ hờ hững với khách, không quan tâm tới khách trong thời gian phục vụ, có giọng điệu làm mất lòng khách…Ban lãnh đạo khách sạn cần chú ý quản lý và theo sát những nhân viên này, lập nên các hình thức phạt cho các hành vi không tôn trọng khách… Điều này giúp khách sạn bỏ đi được những "con sâu làm rầu nồi canh".

Trên đây là những đề xuất, kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả làm việc và phát triển hoạt động giao tiếp ứng xử của đội ngũ nhân viên phục vụ tại khách sạn

CLASSIC Hoàng Long. Song để thực hiện được việc trên, điều cần thiết ở một người lãnh đạo khách sạn phải có đầy đủ về trình độ, về phẩm chất lãnh đạo mới có thể điều hành khách sạn theo chiều hướng đi lên. Khách sạn CLASSIC Hoàng Long là một viên ngọc mới rất cần được khai quật, để khách sạn trở thành một khách sạn lớn ở Hải Phòng cần sự cố gắng đồng lòng của cả toàn thể nhân viên và ban lãnh đạo khách sạn. Bác Hồ kính yêu của dân tộc Việt Nam đã nói rằng:

" Đoàn kết, đoàn kết, đại đoàn kết

Thành công, thành công, đại thành công ".

Một tập thể sẽ làm nên tất cả nếu có tinh thần đoàn kết từ cán bộ đến nhân viên.

Phần Kết Luận

Văn hóa giao tiếp ứng xử là tinh hoa, là nét riêng biệt, là sự đặc sắc để mỗi xã hội đem ra cống hiến với thế giới trong quá trình giao lưu, hội nhập. Nó là kết tinh trong các giá trị mà con người đã tạo ra thông qua các sản phẩm và hoạt động kinh doanh của mình. Bất cứ hoạt động nào của xã hội có được kết quả tốt đẹplà nhờ phần lớn vào khả năng giao tiếp của con người với con người.

Giao tiếp ứng xử giữ vai trò đặc biệt rất quan trọng trong mọi lĩnh vực, đặc biệt mang tính quyết định đối với hoạt động kinh doanh khách sạn. Giao tiếp ứng xử trong khách sạn đòi hỏi sự khéo léo và sáng tạo để có thể phục vụ được mọi thành phần khách. Hoạt động giao tiếp ứng xử của đội ngũ nhân viên phục vụ với khách là yếu tố quyết định thành công của khách sạn.

Mỗi một nhân viên phục vụ trong khách sạn đều phải tự học hỏi và rèn luyện cách giao tiếp ứng xử của bản thân mình, nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và hình ảnh của khách sạn. Hãy luôn nhớ rằng "Khách hàng là thượng đế" và phục vụ với phương châm duy nhất :" Khách luôn luôn đúng".

Sự tận tình chu đáo, thái độ niềm mở khi đón tiếp và những biểu hiện quan tâm tới khách trong thời gian lưu trú sẽ khiến cho khách thấy mình là người quan trọng đang được sử dụng một dịch vụ tốt nhất. Chính vì điều đó mà khách sẽ có cái nhìn tốt về khách sạn, chắc chắn rằng khách sẽ trở thành một khách thường xuyên của khách sạn…

Là một khách sạn mới nhưng CLASSIC cũng mang những ưu điểm nhất định của một khách sạn trung tâm, vị trí tuyệt đẹp có thể ngắm nhìn toàn thành phố, có những con người làm việc nhiệt tình, năng động sáng tạo trong công việc, luôn biết quan tâm tới khách và hoạt động của khách sạn… Chính những điều này đã tạo cho CLASSIC Hoàng Long những bước tiến dài trong hoạt động của mình trong một năm qua.

Bên cạnh đó những thiếu sót về cơ sở hạ tầng, về vấn đề quản lý nhân sự, về hoạt động xúc tiến thương hiệu chưa đạt được những yêu cầu ban đầu đang đưa khách sạn đi xuống một cách đáng chú ý. Ban quản lý khách sạn nên có những biện pháp kịp thời để thay đổi tình hình này..

Vấn đề về hoạt động giao tiếp ứng xử cần sự quan tâm nhiều hơn nữa của các cấp lãnh đạo, cần có các quy định, chính sách về hoạt động giao tiếp đối với khách của toàn thể nhân viên phục vụ

Nâng cao tinh thần đoàn kết trong nội bộ khách sạn điều đó tạo nên sức mạnh có thể chiến thắng mọi rào cản trên con đường kinh doanh của khách sạn.

Trong kinh doanh khách sạn rất cần có những con người có tâm với nghề, cần những cống hiến của bản thân người đó với khách và khách sạn. Khách sạn CLASSIC Hoàng Long nên chú ý để phát huy những ưu diểm của nhân viên, tránh tình trạng sử dụng không đúng người làm mất hiệu quả kinh doanh và niềm tin của khách hàng.

Trong tương lai không xa, CLASSIC Hoàng Long có thể sẽ trở thành một "viên ngọc quý" trong ngành khách sạn song cũng có thể trở thành một "nhà nghỉ bình dân" điều đó phụ thuộc rất nhiều vào khả năng của người lãnh đạo CLASSIC Hoàng Long. Nếu là một người có tầm nhìn xa trông rộng họ sẽ biết phải làm những gì để xây dựng củng cố thương hiệu khách sạn, họ sẽ biết phải sử dụng những chính sách gì để giữ lại những nhân viên yêu nghề và muốn cống hiến cho khách sạn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Thị Bừng, Tâm lý học ứng xử, NXB Giáo dục 2001

2. GS. TS Nguyễn Văn Đính, PGS. TS. Nguyễn Văn Mạnh, Giáo trình tâm lý và nghệ thuật giao tiếp ứng xử trong kinh doanh du lịch, NXB ĐH Kinh tế Quốc dân 2009

3. TS. Nguyễn Văn Mạnh và Ths. Hoàng Thị Lan Hương, Quản trị kinh doanh khách sạn, NXB ĐH Kinh tế Quốc dân 2008

4. Nguyễn Đình Xuân, Tâm lý học quản trị kinh doanh, NXB Chính trị Quốc gia 1998

5. Trần Thúy Anh, Ứng xử văn hóa du lịch, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội 2004

6. TS. Nguyễn Đức Lợi, Th.S. Nguyễn Sơn Lam, Tâm lý học quản trị kinh doanh, NXB Tài Chính 2009

7. Bùi Tiến Quý, Giao tiếp ứng xử trong hoạt động kinh doanh, NXB Khoa học và Kĩ thuật 2001

PHỤ LỤC 1

CÔNG TY CỔ PHẦN HOÀNG LONG HẢI PHÒNG

KHÁCH SẠN CLASSIC HOÀNG LONG

Số 25 Trần Quang Khải

(84-031) 3282666 – Fax: (84-031) 3282999

Email: info@classsic-hoanglonghotel.com

Website: http://classic-hoanglonghotel.com

PHIẾU THĂM DÒ Ý KIẾN

Xin quý khách cho ý kiến để khách sạn chúng tôi có thể nâng cao chất lượng phục vụ của mình. Trong những câu hỏi dưới đây xin quý khách vui lòng đánh dấu √ vào những ô tương ứng :

1. Khi đón khách

□ Đi tới khách và chào

□ Ân cần niềm nở với khách

□ Giữ nụ cười hồn nhiên thành thật

□ Chờ ý kiến của khách

2. Khi phục vụ khách

□ Tìm hiểu nhu cầu của khách

□ Giới thiệu về dịch vụ khách sạn

□ Hướng dẫn khách sử dụng dịch vụ

□Thuyết phục khách

□Lắng nghe ý kiến khách

□Phục vụ tận tình

3. Khi tiễn khách

□Thái độ ân cần , nồng hậu

□Nói lời cảm ơn với khách

□Tiễn khách ra tận cửa, chào lần cuối

□Chúc khách thượng lộ bình an và hẹn gặp lại

□Tỏ ra mong muốn được phục vụ khách lần sau

□Chờ khách đi khuất

Mong muốn của khách với đội ngũ nhân viên phục vụ

□Trình độ chuyên môn nghiệp vụ

□Khả năng tạo dựng lòng tin và sự yên tâm

□Nhanh nhẹn, năng động

□Nhiệt tình niềm nở, lịch thiệp trong giao tiếp

□Quan tâm đến nhu cầu cá biệt của khách

□Ngoại hình, trang phục của nhân viên

Đánh giá về chất lượng phục vụ của khách sạn

Tiêu chí	Kém	Bình thường	Tốt	Rât tốt
Trình độ chuyên môn nghiệp vụ				
Nhanh nhẹn, năng động				
Nhiệt tình, niềm nở trong giao tiếp				
Quan tâm đến nhu cầu cá biệt của khách				
Khả năng tạo dựng lòng tin và sự yên tâm				
Ngoại hình, trang phục của nhân viên				

PHỤ LỤC 2

Số liệu về thành phần khách trong năm 2010

Đơn vị %

Thành phần khách	Số lượng
Châu Âu	10
Châu Á	29
Việt Nam	59
Đối tượng khác	2
Tổng	100

Nguồn phòng Sale&Marketng khách sạn CLASSIC Hoàng Long

Số lượng cán bộ công nhân viên tại khách sạn CLASSIC Hoàng Long

Đơn vị nhân viên

Loại hình công tác	Số lượng
Khối văn phòng hành chính	20
Khối các cấp lãnh đạo quản lý	15
Khối dịch vụ	43
Khối lao động phổ thông	10
Tổng	88

Nguồn phòng hành chính nhân sự khách sạn CLASSIC Hoàng Long

PHỤ LỤC 3

CHÀO MỪNG 1 NĂM THÀNH LẬP KHÁCH SẠN

Hạng mục phòng	Số lượng phòng	Giá công bố(USD)
Premium room	16	75.00
Superior room	24	130.00
Executive deluxe room	8	155.00
CLASSIC Suite	2	180.00
Hoàng long suite	4	230.00

Khách sẽ được hưởng các dịch vụ trong phòng và các dịch vụ miễn phí của khách sạn như sau:

Các dịch vụ trong phòng:

Phòng ngủ đầy đủ tiện nghi tiêu chuẩn quốc tế: Đường truyền internet không dây- Điện thoại quốc tế - Két an toàn - Dịch vụ phòng 24/24 - Nguồn điện dự phòng - Hệ thống báo cháy tự động – Truyền hình vệ tinh đa kênh – Dịch vụ giặt là và dọn phòng – Ghế thư giãn tại phòng – Cửa sổ phòng với góc nhìn ngắm không giới hạn của toàn khung cảnh thành phố.

Các lợi ích của khách trong khách sạn

Đồ uống chào đón và khăn – Hoa quả tươi được cung cấp miễn phí hàng ngày – Nước khoáng miễn phí – Miễn phí các vật dụng để pha trà và cà phê – Miễn phí bữa sáng hàng ngày – Miễn phí cho trẻ em dưới 12 tuổi dùng chung với bố mẹ - Sử dụng dịch vụ dọn phòng – Miễn phí xông hơi và tắm sục - Dịch vụ chỉnh trang phòng.

Các mức giá trên bao gồm thuế VAT và được tính bằng US Dollar.

Các loại thẻ tín dụng đều được chấp nhận.Các yêu cầu đặt trước sẽ được giữ có hiệu lực tới 18:00 trừ khi đặt cọc.

CÔNG TY CỔ PHẦN HOÀNG LONG HẢI PHÒNG

KHÁCH SẠN CLASSIC HOÀNG LONG

Số 25 Trần Quang Khải

(84-031) 3282666 – Fax: (84-031) 3282999

Email: info@classsic-hoanglonghotel.com

Website: http://classic-hoanglonghotel.com

CLASSIC HOANG LONG HOTEL
HL
MAKE to BELIEVE
WE'RE OPEN NOW
Unveil to discover city first BOUTIQUE hotel with pulse and passions
PRE-OPENING DISCOUNT OFFERING
ROOMS and SUITES
45%
Less from
Publish Rates
RESTAURANT and BAR
15% Less
Hai-P HEALTH CLUB
20% Less
BANQUET ROOMS
Special
SET MENU PACKAGE
No. 25 Tran Quang Khai Street, Hong Bang District, Hai Phong City, Vietnam
Telephone: (84-31)3282666 Facsimile: (84-31)3282999
Rsvn: (84-31)3282168

Hình ảnh về hoạt động giao tiếp ứng xử với khách của nhân viên khách sạn CLASSIC Hoàng Long

Nhân viên trực cửa đang chờ đón khách

Nhân viên trực cửa mở cửa xe mời khách vào khách sạn

Chào đón khách của nhân viên phục vụ trong tiệc cưới tại nhà hàng Cầu Đất

Nhân viên lễ tân làm thủ tục check-in cho khách

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài 1

2. Mục đích nghiên cứu 2

3. Nhiệm vụ nghiên cứu 2

4. Phạm vi nghiên cứu và đối tượng nghiên cứu 3

5. Ý nghĩa nghiên cứu 3

6. Phương pháp nghiên cứu 3

7. Bố cục của khóa luận 3

CHƯƠNG I : CÁC CƠ SỞ LÝ LUẬN CHUNG VỀ HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ TRONG XÃ HỘI 5

1.1. Giao tiếp 5

1.1.1. Khái niệm giao tiếp 5

1.1.2. Chức năng giao tiếp 7

1.1.3. Phân loại giao tiếp 9

1.1.4. Phương tiện giao tiếp 10

1.2. Ứng xử 14

1.2.1. Khái niệm chung về ứng xử 14

1.2.2. Bản chất của ứng xử 16

1.2.3. Các kiểu ứng xử 17

1.3. Nghệ thuật ứng xử trong xã hội 20

1.3.1. Tại sao chúng ta giao tiếp kém hiệu quả? 21

1.3.2. Những thuộc tính cần có khi giao tiếp 22

1.3.3. Những điều nên tránh mắc phải khi giao tiếp ứng xử 23

1.3.4. Bí quyết thành công trong giao tiếp ứng xử 24

1.4. Giao tiếp ứng xử với người nước ngoài 26

CHƯƠNG II : CÁC CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN 31
2.1. Những khái niệm cơ bản về hoạt động kinh doanh khách sạn 31
2.1.1. Khái niệm khách sạn 31
2.1.2. Khái niệm về hoạt động kinh doanh khách sạn 31
2.1.3. Khái niệm khách của khách sạn 32
2.1.4. Khái niệm về sản phẩm của khách sạn 33
2.2. Đặc điểm kinh doanh khách sạn.....34
2.3. Ý nghĩa của kinh doanh khách sạn.....35
2.3.1. Ý nghĩa về kinh tế 35
2.3.2. Ý nghĩa về xã hội 35
2.4. Đặc trưng cơ bản về giao tiếp ứng xử trong kinh doanh khách sạn.....36
2.4.1. Vai trò của hoạt động giao tiếp ứng xử trong kinh doanh khách sạn 36
2.4.2. Giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ với khách trong quá trình đón tiếp . 37
2.4.3. Giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ với khách trong quá trình phục vụ khách 39
2.4.4. Giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ với khách trong quá trình tiễn khách 42
2.5. Những điều cần lưu ý khi giao tiếp ứng xử bằng phương tiện điện thoại 43
CHƯƠNG III : THỰC TRẠNG VỀ HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ VỚI KHÁCH CỦA ĐỘI NGŨ NHÂN VIÊN PHỤC VỤ TẠI KHÁCH SẠN CLASSIC HOÀNG LONG 44
3.1. Giới thiệu chung về khách sạn Classic Hoàng Long 44
3.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của khách sạn Classic Hoàng Long 44
3.1.2. Cơ cấu và bộ máy tổ chức khách sạn CLASSIC Hoàng Long 45
3.1.3. Thị trường đang khai thác và thị trường mục tiêu 54
3.1.4. Vị trí của khách sạn CLASSIC Hoàng Long trên thị trường Hải Phòng.....55

3.1.5. Tình hình hoạt động chung của khách sạn 57
3.2. Hoạt động giao tiếp ứng xử với khách của đội ngũ nhân viên phục vụ tại khách sạn CLASSIC Hoàng Long 58
3.2.1. Hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên bộ phận Lễ tân 59
3.2.2. Hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên bộ phận Nhà hàng 64
3.2.3. Hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên bộ phận Buồng.....69
3.2.4. Hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên các bộ phận khác trong khách sạn 72
CHƯƠNG IV: MỘT SỐ ĐỀ XUẤT, KIẾN NGHỊ NHẰM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ VỚI KHÁCH CỦA ĐỘI NGŨ NHÂN VIÊN KHÁCH SẠN CLASSIC HOÀNG LONG 75
4.1. Những vấn đề hạn chế trong hoạt động chung của khách sạn CLASSIC Hoàng Long.....75
4.2. Mục tiêu phát triển trong tương lai của khách sạn CLASSIC Hoàng Long 77
4.3. Một số đề xuất, kiến nghị với ban lãnh đạo khách sạn CLASSIC Hoàng Long 78
PHẦN KẾT LUẬN..... 82
Tài liệu tham khảo.....84
Phụ lục.....85