

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



ISO 9001:2015

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

NGÀNH : VIỆT NAM HỌC (VĂN HÓA DU LỊCH)

Sinh viên : Nguyễn Thị Minh Hương

Giảng viên hướng dẫn: TS.Nguyễn Ngọc Khánh

HẢI PHÒNG – 2019

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

**TÌM HIỂU VỀ VĂN HÓA ỨNG XỬ TẠI KHÁCH SẠN
SAO BIỂN – HẢI PHÒNG**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP ĐẠI HỌC HỆ CHÍNH QUY
NGÀNH: VIỆT NAM HỌC (VĂN HÓA DU LỊCH)**

Sinh viên : Nguyễn Thị Minh Hương

Giảng viên hướng dẫn: TS.Nguyễn Ngọc Khánh

HẢI PHÒNG – 2019

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

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Sinh viên: Nguyễn Thị Minh Hương **Mã SV:** 1312402025

Lớp : VH1801 **Ngành:** Việt Nam học (Văn hóa du lịch)

Tên đề tài: Tìm hiểu về văn hóa ứng xử tại khách sạn Sao Biển – Hải Phòng

NHIỆM VỤ ĐỀ TÀI

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

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Các tài liệu, số liệu cần thiết

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Địa điểm thực tập tốt nghiệp

Khách sạn Sao Biển (Sea Star)

Địa chỉ: 1/3A Lê Hồng Phong, Quận Ngô Quyền, Thành phố Hải Phòng

CÁN BỘ HƯỚNG DẪN ĐỀ TÀI TỐT NGHIỆP

Họ và tên : Nguyễn Ngọc Khánh

Học hàm, học vị : Tiến Sĩ

Cơ quan công tác :

Nội dung hướng dẫn: Tìm hiểu về văn hóa ứng xử tại khách sạn Sao Biển – Hải Phòng

Đề tài tốt nghiệp được giao ngày 15 tháng 10 năm 2018

Yêu cầu phải hoàn thành xong trước ngày 07 tháng 01 năm 2019

Đã nhận nhiệm vụ ĐTTN

Sinh viên

Đã giao nhiệm vụ ĐTTN

Giảng viên hướng dẫn

Nguyễn Thị Minh Hương TS. Nguyễn Ngọc Khánh

Hải Phòng, ngày 08 tháng 01 năm 2019

HIỆU TRƯỞNG

GS.TS. NGUYỄN *Trần Hữu Nghị*

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập - Tự do - Hạnh phúc

PHIẾU NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN TỐT NGHIỆP

Họ và tên giảng viên: TS.Nguyễn Ngọc Khánh

Đơn vị công tác:

Họ và tên sinh viên: Nguyễn Thị Minh Hương Chuyên ngành: Văn hóa du lịch

Đề tài tốt nghiệp: Tìm hiểu về văn hóa ứng xử tại khách sạn Sao Biển – Hải Phòng.

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

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

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

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

3. Ý kiến của giảng viên hướng dẫn tốt nghiệp

Được bảo vệ Không được bảo vệ Điểm hướng dẫn

Hải Phòng, ngày 07 tháng 01 năm 2019
Giảng viên hướng dẫn

TS.Nguyễn Ngọc Khánh

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 TS.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 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 Sao Biển 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 đại học dân lập Hải Phòng 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.

Hải Phòng, tháng 12 năm 2018

Sinh viên

Nguyễn Thị Minh Hương

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	1
PHẦN MỞ ĐẦU	1
1. Lí do chọn đề tài:	1
2. Mục đích nghiên cứu:	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:	3
4. Phương pháp nghiên cứu:	3
5. Bố cục của khoá luận:.....	3
CHƯƠNG I: LÍ LUẬN CHUNG VỀ VĂN HÓA ỨNG XỬ TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN.....	4
1.1. Khái niệm văn hóa và văn hóa ứng xử.....	4
1.1.1. Văn hóa.....	4
1.1.2. Ứng xử.....	6
1.1.3. Văn hóa ứng xử trong kinh doanh khách sạn	15
1.2. Các yếu tố cấu thành văn hóa	21
1.3. Những yêu cầu về văn hóa ứng xử trong kinh doanh khách sạn	21
CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ VỚI KHÁCH HÀNG CỦA NHÂN VIÊN PHỤC VỤ TẠI KHÁCH SẠN SAO BIỂN	32
2.1. Giới thiệu chung về khách sạn Sao Biển	32
2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của khách sạn	32
2.1.2. Cơ cấu tổ chức	34
2.1.3. Chức năng, nhiệm vụ hoạt động kinh doanh của các bộ phận trong khách sạn	35
2.1.4. Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật và trang thiết bị	37
2.2. Tìm hiểu hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ tại khách sạn Sao Biển	38
2.2.1. Giao tiếp ứng xử với khách của bộ phận lễ tân	38
2.2.2. Giao tiếp ứng xử với khách của bộ phận buồng.....	44
2.2.3. Giao tiếp ứng xử với khách của bộ phận nhà hàng	47

2.2.4. Giao tiếp ứng xử với khách của bộ phận kinh doanh tiếp thị.....	50
2.2.5. Giao tiếp ứng xử với khách của các bộ phận khác trong khách sạn Sao Biển	51
2.2.6. Quy tắc “10 điểm” được áp dụng cho tất cả công nhân viên của khách sạn	53

CHƯƠNG III: MỘT SỐ BIỆN PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ CỦA NHÂN VIÊN PHỤC VỤ TẠI KHÁCH SẠN SAO BIỂN

55

3.1. Phương hướng phát triển của khách sạn Sao Biển.....	55
3.2. Mục tiêu phát triển của khách sạn Sao Biển	56
3.3. Một số biện pháp và kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ tại khách sạn Sao Biển	56
3.3.1. Các biện pháp	56
3.3.2. Kiến nghị	58

KẾT LUẬN

62

TÀI LIỆU THAM KHẢO.....

63

PHỤ LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lí do chọn đề tài:

Theo xu hướng hiện nay, du lịch trở thành nhu cầu phổ biến không chỉ ở những nước phát triển mà còn cả ở những nước đang phát triển. Cùng với sự phát triển không ngừng của hoạt động du lịch đã kéo theo sự ăn nên làm ra của ngành kinh doanh khách sạn. Theo công ty kiểm toán Grant Thornbon thì hiện nay lĩnh vực kinh doanh khách sạn tại Việt Nam là ăn khách nhất và cũng dễ thu hồi vốn nhất. Cũng chính vì lẽ đó mà các khách sạn ra đời ngày càng nhiều, đặc biệt là các khách sạn mang tính quốc tế đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách. Để đạt được hiệu quả kinh doanh trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn thì đòi hỏi không chỉ thoả mãn nhu cầu của khách hàng về chất lượng dịch vụ, giao lưu văn hoá, nâng cao hiểu biết, nhận thức, mà doanh nghiệp còn cần phải tạo ra cho mình một vị thế không chỉ trong nước mà còn trên thế giới. Tăng khả năng cạnh tranh đồng nghĩa với việc tăng doanh thu cho khách sạn. Để đạt được điều đó trong giai đoạn hiện nay các doanh nghiệp đã tiến hành xây dựng văn hoá kinh doanh cho doanh nghiệp của mình và coi đó là vấn đề quyết định tới sự thành bại của doanh nghiệp

Hải Phòng có nhiều tiềm năng và cơ hội phát triển kinh tế, xã hội, du lịch và dịch vụ. Với diện tích 1.507,57km² và dân số 1,963 triệu người (số liệu tháng 12 năm 2016). Hải Phòng là đô thị loại 1- thành phố trực thuộc Trung Ương, là đầu mối giao thông trực thuộc phía bắc. Với lợi thế cảng nước sâu, phát triển vận tải biển tại Hải Phòng là một trong những động lực tăng trưởng quan trọng của vùng kinh tế trọng điểm Bắc Bộ. Hải phòng có nhiều khu công nghiệp, thương mại và trung tâm dịch vụ lớn, thủy sản, giáo dục, y tế của vùng duyên hải Bắc Bộ. Không chỉ có tiềm năng về thương mại, Hải Phòng còn có nhiều điều kiện để phát triển du lịch với ba điểm du lịch nổi tiếng: Trung tâm thành phố, Cát Bà, Đồ Sơn.

Theo số liệu của Tổng Cục Thống kê du lịch, tháng 9 năm 2017, du lịch Hải Phòng đón và phục vụ 3045,9 nghìn lượt khách, trong đó khách quốc tế là 527,0 nghìn lượt khách, tổng doanh thu từ hoạt động du lịch và khách sạn là 3202,5 tỉ. Riêng hai tháng đầu năm 2018, du lịch Đồ Sơn thu hút 13,5 vạn lượt khách, trong đó 2,5 nghìn lượt khách quốc tế.

Nhìn chung, các chỉ tiêu của ngành du lịch đều tăng, nguyên nhân đạt được kết quả trên là do nguồn khách đến Cát Bà tăng mạnh, khách đến dự Liên Hoan Tiếng Hát truyền hình toàn quốc lần thứ 27 được tổ chức tại Hải Phòng và khách

đến dự các lễ hội đầu xuân trên địa bàn trong đó có lễ hội đền Bà Đẻ và đảo Dấu. Trong lĩnh vực kinh doanh kinh doanh du lịch, khách sạn chiếm vị trí quan trọng “mang lại 70% doanh thu và trở thành nguồn thu chính cho du lịch” .

Vì những điều kiện thuận lợi như vậy, ngành kinh doanh khách sạn đang càng ngày càng nâng cao chất lượng dịch vụ. Đặc biệt là xây dựng các cơ sở lưu trú đạt tiêu chuẩn quốc tế. Và thực tế ngành đã nhận được sự đầu tư, quan tâm, quản lý để trở thành ngành kinh tế quan trọng thúc đẩy sự phát triển của thành phố và cả nước như quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam thời kì 2013 - 2018 được thủ tướng chính phủ phê duyệt đã xác định Hải Phòng cùng với Hà Nội và Quảng Ninh trở thành tam giác động lực tăng trưởng du lịch quan trọng của vùng du lịch Bắc Bộ và cả nước.

Trước xu hướng hoạt động du lịch và kinh doanh khách sạn phát triển không ngừng, các khách sạn mọc lên như nấm sau mưa làm cho mức độ cạnh tranh ngày càng gay gắt. Một vấn đề lớn đặt ra cho các nhà kinh doanh là làm sao tạo được thương hiệu mà chỉ khi đến với khách sạn mình khách mới cảm nhận được. Và các nhà kinh doanh đã khôn ngoan đưa vấn đề văn hoá vào hoạt động kinh doanh như một chiến lược nhằm thu hút khách đến và cảm nhận. Như vậy có thể nói rằng ngày nay văn hoá kinh doanh trở thành một điểm nhấn quyết định tới thành công của một doanh nghiệp tham gia vào hoạt động kinh doanh khách sạn.

Sea Stars (Sao Biển) là khách sạn bốn sao mới xây dựng và đưa vào hoạt động tại thành phố Hải Phòng. Vì những lí do trên em đã chọn đề tài: “*Tìm hiểu về văn hoá ứng xử tại khách sạn Sao Biển - Hải Phòng*” làm đề tài khoá luận nhằm khám phá những yếu tố mới mẻ về một khía cạnh đặc biệt tại một khách sạn mới trên địa bàn Hải Phòng.

2. Mục đích nghiên cứu:

Phân tích văn hoá kinh doanh từ đó hệ thống hoá những vấn đề lý luận chung về văn hoá kinh doanh trong khách sạn.

Xâm nhập hoạt động thực tiễn, tìm hiểu về các giá trị văn hoá trong kinh doanh khách sạn thông qua hoạt động kinh doanh của khách sạn. Từ đó có cái nhìn và nhận định đúng đắn hơn về các giá trị văn hoá trong kinh doanh nói chung và kinh doanh khách sạn nói riêng. Vai trò và tác động của văn hoá kinh doanh từ hoạt động kinh doanh trong khách sạn.

Khảo sát và phân tích những điều kiện cơ bản trong việc xây dựng văn hoá ứng xử đối với khách hàng trong kinh doanh trong khách sạn.

Thông qua hoạt động thực tiễn đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao tính văn hoá trong kinh doanh khách sạn, tạo ra bản sắc văn hoá riêng cho khách sạn.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu:

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Nghiên cứu về văn hóa giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ tại khách sạn Sao Biển

3.2. Phạm vi nghiên cứu

Hoạt động giao tiếp ứng xử giữa nhân viên phục vụ với khách trong khách sạn Sao Biển.

4. Phương pháp nghiên cứu:

Phương pháp khảo sát thực địa

Phương pháp thu thập, xử lý thông tin

Phương pháp sưu tầm, lựa chọn

Phương pháp so sánh đối chiếu

5. Bố cục của khoá luận:

Ngoài phần mở đầu, kết luận, phụ lục, tài liệu tham khảo, nội dung của khoá luận chia làm ba chương chính:

Chương 1: Lí luận chung về văn hóa ứng xử trong kinh doanh khách sạn.

Chương 2: Thực trạng giao tiếp ứng xử với khách hàng của nhân viên phục vụ tại khách sạn Sao Biển.

Chương 3: Một số biện pháp và kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ tại khách sạn Sao Biển.

CHƯƠNG I: LÝ LUẬN CHUNG VỀ VĂN HÓA ỨNG XỬ TRONG KINH DOANH KHÁCH SẠN

1.1. Khái niệm văn hóa và văn hóa ứng xử

1.1.1. Văn hóa

a. Khái niệm

Có rất nhiều quan niệm khác nhau về văn hoá bởi cách tiếp cận và góc độ nhìn nhận khác nhau. Văn hoá khó định nghĩa bởi vì nó có nội hàm rộng với rất nhiều cách hiểu khác nhau liên quan đến mọi mặt của đời sống vật chất và tinh thần của con người.

Ở Phương Đông, văn hoá có nghĩa gốc là “văn trị giáo hoá” là cách cai trị mang hình thức đẹp để kết hợp với giáo hoá. Trong tiếng Việt nói riêng, văn hoá được dùng theo nghĩa thông dụng để chỉ học thức, trình độ văn hoá, lối sống. Theo ngôn ngữ của phương Tây từ tương ứng với văn hoá của tiếng Việt là “culture” trong tiếng Anh và tiếng Pháp; “Kultur” trong tiếng Đức có nguồn gốc từ các dạng của động từ Latin với hai nghĩa: giữ gìn, chăm sóc, tạo dựng trong tròng trọt; cầu cúng. Như vậy có nghĩa là con người chỉ có thể có văn hoá thông qua giáo dục dù là vô thức hay là có ý thức.

Trong cuộc sống hàng ngày, văn hoá thường được hiểu là văn học, nghệ thuật như là thơ ca, mỹ thuật, sân khấu, điện ảnh... Các trung tâm văn hoá có ở khắp nơi chính là cách hiểu này. Một cách hiểu thông thường khác: văn hoá là cách sống bao gồm văn hoá ẩm thực, trang phục, cư xử và cả đức tin, tri thức được tiếp nhận... Vì thế chúng ta nói một người nào đó là văn hoá cao, văn hoá thấp, vô văn hoá.

Nhân loại học và xã hội học, khái niệm văn hoá được đề cập đến theo một nghĩa rộng nhất. Văn hoá bao gồm tất cả mọi thứ vốn là một bộ phận ở trong đời sống con người. Văn hoá không chỉ là những gì liên quan đến tinh thần mà còn bao gồm cả vật chất.

Tổng thư kí Unesco Federico Mayor nêu ra định nghĩa văn hoá như sau:

“Văn hoá là tổng thể sống động các hoạt động sáng tạo (của các cá nhân và cộng đồng) trong quá khứ và hiện tại qua các thế kỉ. Hoạt động sáng tạo ấy đã hình thành nên hệ thống các giá trị, các truyền thống, thẩm mỹ, lối sống - những yếu tố xác định nên đặc tính riêng của các dân tộc”

Còn chủ tịch Hồ Chí Minh đã xem văn hoá với nghĩa rộng nhất của nó “vì lẽ sinh tồn cũng như vì mục đích của cuộc sống, loài người mới tạo ra và phát

minh ra ngôn ngữ, chữ viết, đạo đức, pháp luật, khoa học, tôn giáo, nghệ thuật, những công cụ cho sinh hoạt hàng ngày về ăn mặc ở và các phương thức sử dụng. Toàn bộ những sáng tạo và phát minh đó tức là văn hoá. Văn hoá là sự tồn tại của mọi phương thức sinh hoạt cùng với biểu hiện của nó mà loài người đã sản sinh ra nhằm thích ứng nhu cầu đời sống và đòi hỏi của sự sinh tồn”. Như vậy tất cả mọi hoạt động của con người và trong hoạt động xã hội đều có văn hoá.

Theo tác giả Đỗ Minh Cương thì “văn hoá là nguồn lực nội sinh của con người, là sức mạnh cốt lõi của sự sáng tạo ra của cải vật chất cho xã hội”.

Ngoài ra còn rất nhiều định nghĩa khác về văn hoá. Nhưng đến nay chúng ta vẫn thống nhất sử dụng một khái niệm khái quát dựa trên sự tổng hợp các khái niệm: “Văn hoá là một hệ thống hữu cơ các giá trị vật chất và tinh thần do con người sáng tạo và tích lũy qua quá trình hoạt động thực tiễn trong sự tương tác giữa con người với môi trường tự nhiên và xã hội của mình”.

Văn hóa là một hiện tượng khách quan, là tổng hoà của tất cả các khía cạnh của đời sống. Ngay cả những khía cạnh nhỏ nhất nhất của cuộc sống cũng mang những dấu hiệu văn hóa.

Tựu chung lại ta có thể thấy trong tất cả các lĩnh vực, các khía cạnh của đời sống đều có sự góp mặt của yếu tố văn hoá. Chỉ khác nhau là tính văn hoá được thể hiện ra sao và ở mức độ nào thôi.

b. Yếu tố văn hoá kinh doanh trong chiến lược của doanh nghiệp

Xây dựng và phát triển văn hoá doanh nghiệp ở nước ta hiện nay có tác dụng rất quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả và sức cạnh tranh của doanh nghiệp theo yêu cầu phát triển kinh tế đất nước và hội nhập kinh tế quốc tế.

Chưa bao giờ khái niệm văn hoá được đề cập nhiều trong học thuật cũng như trong thực tế đời sống như hiện nay. Bởi vì nói tới văn hoá là nói tới ý thức, cái gốc tạo lên “tính người” cũng như những gì thuộc về bản chất làm cho con người trở thành chủ thể năng động, sáng tạo trong cuộc sống, trong lao động sản xuất. Nói tới văn hoá còn nói đến những nguồn nội lực để con người có thể “giao trồng” (sáng tạo, xây dựng) và điều chỉnh (cải tạo) cuộc sống của mình theo định hướng vươn tới những giá trị chân, thiện, mỹ. Được xem là cái “nền tảng”, “vừa là mục tiêu vừa là động lực” làm cho sự phát triển của con người và xã hội ngày càng thăng bằng và bền vững hơn. Văn hoá có tác động tích cực đối với sự phát triển của mỗi cá nhân cũng như toàn bộ cộng đồng. Nội lực của một dân tộc trước hết là mọi nguồn lực tập hợp từ vốn văn hoá truyền thống đã tích lũy trong lịch sử của chính dân tộc đó. Ví dụ như qua hàng ngàn năm dựng nước

và giữ nước, gần nhất là qua hai cuộc kháng chiến chống thực dân, đế quốc, ai cũng thấy rõ về vai trò, vị trí của nguồn lực vĩ đại của văn hoá Việt Nam. Văn hoá có mặt trong mọi quá trình hoạt động của con người. Và sự tham gia đó càng được thể hiện rõ nét tạo thành các lĩnh vực văn hoá đặc thù: văn hoá chính trị, văn hoá pháp luật, văn hoá giáo dục, văn hoá gia đình... và văn hoá kinh doanh.

Dù xét ở góc độ nào thì mục đích chính của kinh doanh là đem lại lợi nhuận cho chủ thể kinh doanh, nên bản chất của kinh doanh là kiếm lời. Còn việc kinh doanh như thế nào, kinh doanh đem lại lợi ích giá trị cho ai thì là vấn đề của văn hoá kinh doanh.

Sự cạnh tranh gay gắt trong một môi trường kinh doanh khốc liệt đầy biến động, đòi hỏi các doanh nghiệp phải nắm bắt được nhu cầu để thay đổi, thích nghi, tận dụng các cơ hội để thiết lập cho mình một vị thế vững chắc bằng việc xây dựng và nuôi dưỡng một nền văn hoá kinh doanh trong sáng.

Nguyên Tổng Bí Thư Lê Khả Phiêu nhấn mạnh: “Để phát triển bền vững, mỗi doanh nghiệp cần xây dựng cho mình một bản sắc văn hoá riêng. Trong kinh doanh, những sắc thái văn hoá có mặt trong toàn bộ quá trình tổ chức và hoạt động của doanh nghiệp, từ khâu chọn và bố trí máy móc, dây chuyền công nghệ, cách tổ chức bộ máy về nhân lực và hình thành quan hệ giao tiếp, ứng xử giữa các thành viên trong tổ chức đến những phương thức quản lý kinh doanh mà chủ thể kinh doanh áp dụng sao cho hiệu quả nhất”

Trong chiến lược lợi nhuận của các công ty xem yếu tố văn hoá có sức mạnh to lớn nhưng đồng thời cũng là yếu tố bị lãng quên nhiều nhất. Nhiều doanh nghiệp vẫn chưa nhận thức được tầm quan trọng của văn hoá trong kinh doanh, coi việc đầu tư vào văn hoá là vô nghĩa. Đó là sai lầm rất lớn, hiện nay nền kinh tế thế kỷ 21 đã chứng tỏ một điều mà không ai chối cãi là văn hoá có mặt ở tất cả mọi nơi, mọi lĩnh vực. Các chuyên gia cũng cho rằng trong các ảnh hưởng tới hoạt động kinh doanh, ít có yếu tố nào có sức mạnh to lớn và tạo ra hướng đi đúng đắn trong việc nâng cao năng suất lao động, chinh đốn quy trình lao động, tăng lợi nhuận như yếu tố văn hoá.

1.1.2. Ứng xử

1.1.2.1. Khái niệm

Từ lâu vấn đề ứng xử trong quan hệ người- người trong xã hội, nhất là trong quan hệ thầy- trò được nhiều nhà tâm lí học và giáo dục học quan tâm. Để có thành công trong quan hệ người - người, các nhà tâm lí học cho rằng mỗi chúng ta cần phải có sự khéo léo ứng xử. Bàn về sự khéo léo ứng xử, K.D

Usinxki, nhà sư phạm vĩ đại người Nga khẳng định rằng “ Sự khéo léo ứng xử về sư phạm mà nếu không có nó thì các nhà giáo dục học dù giỏi đến mức nào cũng không bao giờ trở thành nhà thực hành giáo dục tốt, về bản chất không phải cái gì khác là sự khéo léo đối xử”. Sự khéo léo đối xử (ứng xử) theo tiếng Lating là tacluc- có nghĩa là sự tiếp xúc, là cảm giác về mức độ- nhờ đó mà có khả năng giữ mình một cách đúng đắn”.

Vậy ứng xử là gì? ứng xử là một từ ghép của hai từ ứng và xử. Mà ứng và xử lại bao gồm nhiều nghĩa khác nhau như: ứng phó, ứng đáp, ứng đối, ứng biến; và xử: xử sự, xử lí, xử thế...

Trong cuốn “ Tâm lí học ứng xử” của tác giả Lê Thị Bùng nêu lên Định nghĩa về ứng xử:

Như vậy, 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.

Ứng xử không chủ động trong giao tiếp, không chủ động tạo ra hành động nhưng chủ động trong thái độ, phản ứng trước những thái độ, hành vi, cử chỉ của người khác trong một tình huống cụ thể nào đó.

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

Tâm lí học ứng xử là một khoa học nghiên cứu những tri thức tâm lí cần thiết để phản ứng sự tác động của một tình huống giao tiếp cụ thể, lựa chọn thái độ, hành vi, cử chỉ, cách nói năng thích hợp nhằm đạt kết quả trong giao tiếp giữa người và người(đồng cảm lẫn nhau).

1.1.2.2. Bản chất của ứng xử

Mọi ứng xử của con người đều xuất phát từ cái tâm cái tình.

Mỗi cây mỗi hoa, mỗi người mỗi tính. Tâm lí của con người vô cùng phức tạp và phong phú. Chúng ta khó có thể tìm được sự giống nhau toàn diện về mặt tâm lí của một người này với một người khác. Sự khác nhau đó thể hiện rõ trong cung cách ứng xử của mỗi người. Dù có khác nhau đến mấy, cung cách ứng xử cũng thể hiện cái tâm của mỗi con người trong cuộc sống xã hội. Có người ứng xử với người khác xuất phát từ cái tâm nhân hậu. Cái tâm nhân hậu xui khiến người ta ứng xử với người đời một cách độ lượng, nhân đạo và tôn trọng nhân cách của người khác.

Trong cuộc sống có một số người ứng xử với người khác xuất phát từ cái tâm không nhân hậu. Sự ác tâm xui khiến những người này ứng xử với người đời một cách ti tiện, ích kỉ, vô nhân đạo và thiếu tôn trọng nhân cách người khác.

Ứng xử là cái biểu hiện ra bên ngoài của cái tâm, cái tình của con người, là thước đo lòng người, nhưng không hẳn mọi ứng xử đều nói nên được cái tâm của con người. Điều quan trọng là phải xem sự ứng xử đó là hiện tượng hay bản chất.

Điều này thật không dễ, nhất là đối với những người hời hợt, bàn quan.

Và dù thế nào ta cũng cần lưu ý rằng:

“Sông sâu còn có kẻ dò

Lòng người ai tỏ mà đo cho tường”

Chúng ta đừng hi vọng hiểu hết lòng người.

- Một số thuộc tính tâm lí cần có trong ứng xử.

Ứng xử sao cho “vừa lòng nhau” điều đó không phải là dễ. Để làm được điều đó, con người cần phải có ít nhất những thuộc tính tâm lí dưới đây:

+ Năng lực quan sát đối tượng.

Khả năng định hướng ban đầu: khuôn mặt, dáng người, cách nói, điệu bộ... Người xưa đã dạy “Trông mặt mà bắt hình dong”. Chính điều này giúp ta biết cách ứng xử với từng người, giúp ta nắm được tỉ mỉ hành vi của đối tượng và dùng những tài liệu quan sát được phục vụ cho giao tiếp ban đầu. Nghĩa là giúp ta có những phán đoán sơ bộ ban đầu về chân dung đối tượng tiếp xúc.

+ Kỹ năng biểu hiện những ý nghĩ, tình cảm, nhận thức của mình với người khác - làm cho họ ngay từ đầu đã có tình cảm và đồng cảm với ta. Chính điều này giúp cho con người đạt kết quả trong ứng xử.

+ Tôn trọng nhân cách của người giao tiếp.

Đó là sự thiện cảm khi tiếp xúc và nhìn nhận cái tốt ở họ là cơ bản, không định kiến. Gót - nhà thơ - nhà triết học Đức đã dạy: nên đối xử với anh ta tốt hơn cái mà 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.

Có thể nói làm chủ được mình là một điều kiện quan trọng để thành công trong giao tiếp - ứng xử. Bởi một lẽ, trong cuộc sống hàng ngày không ai hoàn toàn suôn sẻ. Hơn nữa, cuộc sống phẳng lặng ngày này qua ngày khác thì đến một lúc nào đó cuộc sống trở nên tẻ nhạt. Những lúc thăng trầm, trầm, khi thành công, thất bại hoặc khi bị xúc phạm thanh danh mà người ta không làm chủ được mình, nói năng quá lời, làm những điều đại dột thì các quan hệ của ta với người khác không còn được như trước.

- Bí quyết thành công trong ứng xử.

+ Con người ta ai cũng có nhu cầu được coi mình là nhân vật quan trọng. Nhu cầu được coi là quan trọng có trong tất cả mọi người, từ trẻ con đến người già, từ anh quét đường phố, người gác cổng, kẻ ăn mày đến những người giàu có, có chức, có quyền.

Đây là nhu cầu đặc trưng rất quan trọng của con người. Nhu cầu này giúp cho con người vươn lên trong cuộc sống và vị thế xã hội. Không ít người xuất thân từ gia đình nghèo khó, quanh năm khoai sắn, đã ngày đêm đèn sách để trở thành tài giỏi và thay đổi cuộc sống nghèo hèn bằng cuộc sống giàu sang. Tất cả đều do sức mạnh của nhu cầu được coi là quan trọng.

+ Biết người biết ta trăm trận trăm thắng.

Không ai hiểu ta hơn ta, do vậy ta cũng đừng hi vọng là hiểu hết người khác. Kinh thánh có dạy: “ Nếu ta hiểu hết Chúa, thì Chúa trở nên mất thiêng”. Ta hiểu được người bao nhiêu thì thuận lợi cho ta trong cách ứng xử bấy nhiêu. Họ là người nóng nảy hay dịu dàng, kín đáo hay “ ruột để ngoài da”, thật tâm hay giả tạo, xem họ giao thiệp với ai...

Ta biết người để ta ứng xử cho hợp lí, còn phần ta, ta càng khiêm tốn, càng ít bộc lộ cái yếu của mình thì thành công càng lớn.

+ Tôn trọng nhân cách người tiếp xúc với ta.

Như đã nói ở trên: mỗi cây mỗi hoa, mỗi người mỗi tính. Có người liên thoáng miệng nói như tép nhảy, có người từ tốn, nhu mì. Có người may mắn trời phú cho vẻ kiêu diễm, có người không được cái may mắn đó, phải đeo trên mình tật nguyên... Dù ở địa vị nào, hoàn cảnh nào mỗi người đều có lòng tự

trọng của con người. Khi đó ta có thể gây được thiện cảm với họ, và khó có thể thành công trong giao tiếp ứng xử. Tôn trọng nhân cách của người đối thoại tạo ra ở họ niềm tin vào ta và họ sẽ cởi mở hơn trong giao tiếp.

+ Giữ thể diện cho người.

Trong tranh luận ai cũng nghĩ là mình đúng và luôn luôn tìm cách bảo vệ ý kiến của mình. Và như vậy, vô hình chung ta đã cố chứng minh là ta hơn người, người thua kém ta, phải cấp sách mà học ta. Dù không nói lên lời nhưng trong thâm tâm họ không ưa gì ta. Hỏi rằng quan hệ giữa ta và họ có còn như trước nữa chăng?

Khi biết chắc là ta có lí, ta cần khéo léo ngọt ngào tỏ ý kiến của ta với người. Sự khoe khoang, kênh kiệu chẳng có ích gì, thậm chí làm mất niềm tin với người khác, mặc dù điều ta nói, ta làm hoàn toàn có lí và đáng tin cậy.

Ngược lại khi ta nhầm lẫn(có lỗi) ta không nên bào chữa, mà tự nhận lỗi sẽ dễ làm cho người khác động lòng bao dung, độ lượng, khoan hang. Hơn thế nữa, khi áy danh dự của ta không bị tổn thương mà còn được nâng lên. C.Mác nói rằng: người thông minh là người nhanh chóng nhận ra lỗi lầm của mình và sẵn sàng sửa chữa lỗi lầm.

Chúng ta muốn bảo vệ danh dự, thể diện của mình, không lẽ nào chúng ta lại làm tổn hại đến danh dự, thể diện của người khác. Hãy giữ thể diện cho người. Không nên làm cho họ “bẽ mặt” trước người khác, cho dù ta biết mười mươi là họ làm, họ sai.

+ Đặt địa vị mình vào địa vị người khác mà xét đoán họ.

Hãy đặt địa vị mình vào địa vị người khác mà tự nhủ “ nếu ta ở vào địa vị họ, ta sẽ có những tình cảm gì, sẽ có những phản ứng ra sao?” Chỉ khi đó chúng ta mới hiểu được suy nghĩ và hành động của họ, mà đồng cảm với họ, tôn trọng họ và không ngăn cấm thô bạo hành động của họ, không bắt họ theo lệnh của ta. Chúng ta cứ khăng khăng bắt họ theo ta thì khó có thể tránh khỏi những bất bình.

+ Ai cũng thích được khen. Hãy gieo vào lòng người niềm tin vào khả năng, sự cố gắng và những thành tích của họ.

Ai cũng muốn được người ta khen mình. Lời khen là một xúc tác tinh thần khích lệ người ta vươn lên trong cuộc sống. Trái lại, sự chê bai không tế nhị làm người ta nhụt chí khi gặp những khó khăn trở ngại. Khen những khả năng, sự gắng sức và sự tiến bộ của người ta là thừa nhận tài năng của người ta, làm người ta phấn chấn, tự tin vào sự cố gắng vươn lên của mình. Nhiều khi người ta chỉ cần động viên an ủi, cần cái danh của mình chứ không cần cái gì khác. Một

sinh viên mới ra trường, viết một bài được đăng trên báo, anh ta mừng vô cùng. Vì được xã hội (tòa soạn) công nhận anh ta có năng lực và mọi người thấy tên anh ta trên mặt báo.

Một vấn đề cần lưu tâm là mọi lời khen phải thực tâm tự đáy lòng phát ra, và hoàn toàn không vụ lợi. Những lời khen giả dối, đả bôi sẽ trở thành những lời nịnh hót vụ lợi. Sự nịnh hót dễ bị người đời khinh bỉ, vì ngôn ngữ không giấu nổi bản tính.

+ Luôn giữ nụ cười trên môi và những giọng nói ngọt ngào.

Thật khó chịu khi ta phải tiếp xúc với một người với vẻ mặt làm lì, khó dămđăm và giọng nói lạnh lùng, khô cứng.

Các bạn hãy tin rằng: chỉ một nụ cười thôi cũng đủ làm thay đổi nét mặt một con người và cải thiện mối quan hệ giữa người với người.

Tất cả các nụ cười đều “nói” và khi chúng ta mỉm cười với ai thì nụ cười như nói với người đó: “tôi mến ông...gặp được ông tôi vui vẻ lắm...tôi sung sướng lắm”.

Lẽ cố nhiên nụ cười đó phải chân thật, tự đáy lòng phát ra mới quyến rũ, mới gây được thiện cảm ở người, còn cứ nụ cười nhếch mép ở ngoài môi, như từ một bộ máy phát ra, không lừa được ai hết, chỉ làm cho người ta khinh thường.

Người Trung Hoa có câu: “người nào không biết mỉm cười, đừng nên mở tiệm”.

Nụ cười nở trên môi đi kèm với giọng nói ngọt ngào đầy thiện cảm thì tuyệt biết mấy! Sự ngọt ngào trong cách nói chuyện ở đây không có nghĩa là sự nịnh hót, mà là sự lạc quan tin tưởng vào họ, sự tôn trọng và quý mến họ. Ngay cả khi ta phê bình, nhắc nhở ai thì những giọng nói ngọt ngào, tế nhị sẽ có hiệu quả hơn những lời nói gắt gỏng với vẻ mặt hầm hầm.

+ Cố gắng nhớ được những cái cần nhớ.

+ Quan tâm đến người, người sẽ quan tâm đến ta.

+ Không chỉ biết nói cho người khác nghe mà phải biết nghe người khác nói.

+ Hãy nhớ châm ngôn “không nên thả gà ra mà đuổi”.

1.1.2.3. Các kiểu ứng xử

Có nhiều cách phân loại các kiểu ứng xử. Cho đến nay vẫn chưa có ý kiến thống nhất. Sự phân chia các kiểu ứng xử tùy thuộc vào quan điểm của mỗi cá nhân, vào tiêu chí phân loại.

* Căn cứ vào yêu cầu đạo đức của xã hội. Có hai loại (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 xã hội.

* Dựa vào các giá trị xã hội – nhân văn.

Trong quá trình hoạt động và giao lưu, mỗi cá nhân tiếp thu, lĩnh hội truyền thống văn hóa của dân tộc, của đất nước, tạo cho mình một kiểu ứng xử riêng, mang dấu ấn của các giá trị văn hóa đó. Tháng 6/1991, tại Tokyo (Nhật Bản) đã diễn ra hội nghị quốc tế bàn về vấn đề giáo dục nhân văn cho học sinh các dân tộc trên thế giới, mà mục tiêu là nền giáo dục hòa bình và sự hiểu biết lẫn nhau thông qua sự hợp tác giữa các dân tộc. Giáo dục nhân văn có hàm nghĩa là giáo dục các giá trị nhân văn chung của nhân loại và các giá trị nhân văn có tính truyền thống vốn có ở từng nước, từng dân tộc, trong đó có nội dung của các giá trị ứng xử. Nghĩa là nếu xét theo các giá trị nhân văn của nhân loại và dân tộc thì có các nhóm ứng xử sau:

- Nhóm các giá trị ứng xử đối với bản thân và đối với người khác.
- Nhóm các giá trị ứng xử ở gia đình và đối với bạn bè.
- Nhóm các giá trị ứng xử với xóm giềng và cộng đồng, với xã hội và quốc gia.
- Nhóm các giá trị ứng xử đối với cộng đồng thế giới.
- Nhóm các giá trị ứng xử đúng đắn với tương lai và sức sống của trái đất.

* Dựa vào phong cách ứng xử.

Mỗi cá nhân có một phong cách sống, và do vậy họ cũng có 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 với người khác.

- 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 lý của mình, dễ “chiều theo đối tượng giao tiếp”. Những người này thường dễ dàng thiết lập mối quan, và do vậy cũng 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 rất dễ xuê xòa trong công việc.

Biểu hiện nổi bật của kiểu ứng xử này là sự nhiệt tình, sự 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. Những người này thường biết lắng nghe, biết quan tâm giúp đỡ mọi người khi cần thiết nên họ dễ dàng thiết lập mối quan hệ tốt với mọi người và dễ đạt hiệu quả cao trong giao tiếp.

* Dựa vào tâm thế:

Khi nghiên cứu những vấn đề nền tảng của tâm lý học, D.Udonátde chú ý đặc biệt đến các yếu tố “đánh giá đồng hóa các hiện tượng”. Thậm chí ông còn nêu ra các phương pháp thực nghiệm đặc biệt để nghiên cứu những hiện tượng tâm lý này, ý nghĩa của luận điểm được hình thành trên những cơ sở sau:

- Nếu ở con người có định hình tâm thế của tri giác về những con người đã quen biết từ trước thì khi đó, những khách thể khác với chúng sẽ được con người thu nhận như là những khách thể tương đồng bởi vì sự định hình đã được tri giác từ trước. Trong trường hợp này có sự tác động của quy luật đồng hóa. Khi giao tiếp họ sẽ tiếp nhận sự ứng xử của ta giống như điều mà người đó mong muốn đối với những người đã quen biết từ trước. Lúc đó, con người sẽ cảm thấy thoải mái dễ chịu khi ứng xử với nhau.

Thường thường khi con người tri giác các khách thể khác nhau ở một khía cạnh nào đó theo một tâm thế đã định hình thì con người ứng xử theo quy luật liên tưởng.

* Dựa vào kiểu hình thần kinh của khí chất.

- Kiểu ứng xử mạnh mẽ: cách ứng xử này thể hiện khi có tác động bên ngoài đến họ – họ có phản ứng ngay bằng thái độ, hành vi- cử chỉ. Những phản ứng đó có thể là tích cực có thể là 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 bình tĩnh để suy xét xem nên hành động thế nào. Tuy nhiên, trong trường hợp giao tiếp diễn ra thuận hòa thì họ tỏ ra là người nhân hậu, vị tha.

* Kiểu ứng xử linh hoạt.

Những người có kiểu khí chất này, mọi tác động của khách quan họ đều tiếp nhận nhẹ nhàng thoải mái. Nếu có ai đó nói quá lời họ cũng không giận, không cáu gắt. Khi phê bình ai 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.

* Kiểu ứng xử bình thản.

Những người có khí chất này, trong giao tiếp ứng xử tỏ ra bình tĩnh, chín chắn, thận trọng. Trước khi họ phản ứng với tác động bên ngoài, họ đều suy nghĩ, cân nhắc, lựa chọn thái độ, hành vi, cử chỉ... do đó sự phản ứng của họ bao giờ cũng thận trọng, có tính toán. Tuy nhiên, đôi khi trong giao tiếp họ tỏ ra chậm chạp, chưa linh hoạt, vì vậy họ thường bỏ lỡ cơ hội và chậm thích nghi khi xảy ra tình huống bất thường.

* Kiểu ứng xử chậm.

Những người này, khi giao tiếp với người lạ họ tỏ ra mặc cảm, sợ sệt, không chủ động. Vì vậy những tác động của hiện thực khách quan dễ làm cho họ sợ sệt, lo lắng. Một lời nói nặng, một sự bông đùa quá mức... cũng làm cho 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 nổi sự phê bình nặng nề.

Tuy nhiên, nếu ai khéo léo động viên phát huy mặt tích cực của họ thì họ rất dịu dàng, tế nhị trong giao tiếp, họ là người giàu xúc cảm.

* Dựa vào thái độ, điệu bộ.

Thái độ của con người với những tác động của thế giới khách quan được thể hiện ra bên ngoài bằng những điệu bộ, cử chỉ. Điệu bộ là những thuộc tính xác định, ít nhiều có ranh giới, được tri giác miêu tả phần nào rõ rệt của hệ vận động chung trên bề mặt của cơ thể: toàn thân, chân tay, nét mặt, giọng nói... dựa theo tiêu chí này, người ta thấy có các kiểu ứng xử sau:

- Kiểu ứng xử hiển nhiên thể hiện qua thái độ chấp thuận như một điều hiển nhiên.

Kiểu ứng xử này về chủ quan, ta không nghi ngờ (coi đó như một điều hiển nhiên) nghĩa là ứng xử khác xảy ra như thế này, thế kia trong một mối quan hệ nào đó.

- Ứng xử bắt buộc thể hiện qua thái độ bắt buộc phải theo một chuẩn mực.

Kiểu ứng xử này thể hiện trong giao tiếp của một nhóm nhất định nào đó trong xã hội: cơ quan, lớp học... phải tuân theo những chuẩn mực cụ thể mà xã hội quy định. Những chuẩn mực này không thể thay đổi một cách tùy tiện, con người buộc phải chấp nhận.

- Kiểu ứng xử tự do.

Những chuẩn mực, quy tắc của một nhóm chỉ có ảnh hưởng tạm thời, trước mắt buộc cá nhân phải ứng xử theo nhóm mà thôi. Tùy vào hoàn cảnh cụ

thể, con người lựa chọn cách ứng xử thích hợp cho từng mối quan hệ để đạt được kết quả cao trong giao tiếp ứng xử.

Tất cả các kiểu ứng xử trên đây đều nhằm vào mục đích đơn nghĩa của những mối quan hệ người – người trong những tình huống khác nhau, là đạt được kết quả trong quá trình giao tiếp. Trong thực tế, mỗi người tùy vào hoàn cảnh giao tiếp mà chọn kiểu ứng xử thích hợp có khi ngược lại với tính cách của mình.

Giao tiếp ứng xử là 2 nội dung không thể tách rời của giao tiếp ứng xử. Trong giao tiếp có ứng xử và ứng xử là nội dung không thể tách rời của giao tiếp. Trong giao tiếp, mỗi bên tham gia giao tiếp đều đóng vai trò chủ thể - khách thể, do vậy giao tiếp ứng xử là quá trình tự điều khiển và điều khiển.

Khi giao tiếp ứng xử với người khác, mỗi cá nhân phải lựa chọn, điều chỉnh hành vi, lời nói cho phù hợp với đối tượng giao tiếp, hoàn cảnh, môi trường giao tiếp. Đó là quá trình tự điều khiển.

Trong khi giao tiếp ứng xử, mỗi cá nhân là chủ thể giao tiếp ứng xử phải hành động làm cho đối tượng hòa đồng nhận thức, cảm xúc với mình, hiểu được mình trên cơ sở thay đổi nhận thức hành vi của đối tượng theo mục đích của mình.

Đó là quá trình điều khiển.

1.1.3. Văn hóa ứng xử trong kinh doanh khách sạn

1.1.3.1. Kinh doanh khách sạn

Kinh doanh khách sạn được bổ sung thêm các dịch vụ giải trí, thể thao, y tế, dịch vụ chăm sóc sắc đẹp, dịch vụ giặt là.

Kinh doanh khách sạn cung cấp không chỉ có dịch vụ tự mình đảm nhiệm mà còn bán cả các sản phẩm thuộc các ngành và lĩnh vực khác của nền kinh tế quốc dân như nông nghiệp, công nghiệp chế biến, công nghiệp nhẹ, dịch vụ ngân hàng, dịch vụ bưu chính viễn thông, dịch vụ vận chuyển. Như vậy, hoạt động kinh doanh khách sạn cung cấp cho khách những dịch vụ của mình và đồng thời còn là trung gian thực hiện dịch vụ tiêu thụ (phân phối) sản phẩm của những ngành khác trong nền kinh tế quốc dân. Trong kinh doanh khách sạn hai quá trình sản xuất và tiêu thụ các dịch vụ thường đi liền với nhau. Đa số các dịch vụ trong ngành kinh doanh khách sạn phải trả tiền trực tiếp, nhưng một số dịch vụ không phải trả tiền trực tiếp nhằm tăng mức độ thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, làm vui lòng họ và từ đó tăng khả năng thu hút khách và tăng khả năng cạnh tranh của mình trên thị trường ví dụ như dịch vụ cung cấp thông tin, dịch vụ chăm sóc khách hàng. Khái niệm kinh doanh khách sạn lúc đầu dùng để

chỉ hoạt động cung cấp chỗ ngủ cho khách trong khách sạn (hotel) và quán trọ. Khi nhu cầu lưu trú và ăn uống với các mong muốn thỏa mãn khác nhau của khách ngày càng đa dạng, kinh doanh khách sạn đã mở rộng đối tượng bao gồm cả khu cắm trại, làng du lịch, các khách sạn căn hộ, motel. Nhưng dù sao khách sạn vẫn chiếm tỷ trọng lớn và là cơ sở chính với các đặc trưng cơ bản nhất của hoạt động kinh doanh phục vụ nhu cầu lưu trú của khách, vì vậy loại hình kinh doanh này có tên là kinh doanh khách sạn. Tóm lại, nội dung của kinh doanh khách sạn ngày càng được mở rộng và phong phú, đa dạng về thể loại. Do sự phát triển ấy mà ngày nay người ta vẫn thừa nhận cả nghĩa rộng và nghĩa hẹp của khái niệm kinh doanh khách sạn. Tuy nhiên ngày nay khái niệm kinh doanh khách sạn theo nghĩa rộng hay nghĩa hẹp đều bao gồm cả hoạt động kinh doanh các dịch vụ bổ sung. Các dịch vụ bổ sung ngày càng nhiều về số lượng, đa dạng về hình thức và thường phù hợp với vị trí, thứ hạng, loại kiểu, quy mô và thị trường khách hàng mục tiêu của từng cơ sở kinh doanh lưu trú. Trong nghĩa hẹp của khái niệm kinh doanh khách sạn, lẽ ra phải loại trừ nhóm dịch vụ phục vụ nhu cầu ăn uống cho khách, nhưng ngày nay thật khó tìm được cơ sở lưu trú không đáp ứng nhu cầu ăn uống cho dù có thể chỉ là bữa ăn sáng cho khách. Trên phương diện chung nhất, có thể đưa ra định nghĩa về kinh doanh khách sạn như sau:

Kinh doanh khách sạn là hoạt động kinh doanh dựa trên cơ sở cung cấp các dịch vụ, 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

Kinh doanh khách sạn có một vị trí rất quan trọng trong nền kinh tế quốc dân của nhiều nước trên thế giới. Kinh doanh khách sạn không những là ngành kinh tế quan trọng đóng góp vào thu nhập của nền kinh tế quốc dân mà còn mang lại việc làm cho nhiều người, giải quyết được nhiều vấn đề bức xúc của xã hội.

Ngoài ra kinh doanh khách sạn còn mang lại sự giàu có cho những vùng chậm phát triển có nguồn tài nguyên thiên nhiên đa dạng nhưng không phù hợp với việc phát triển công, nông nghiệp. Kinh doanh khách sạn còn góp phần tạo điều kiện thúc đẩy các ngành khác phát triển do kinh doanh khách sạn có tính chất liên ngành.

1.1.3.2. Tầm quan trọng của văn hóa ứng xử trong kinh doanh khách sạn

Trong tình hình cạnh tranh gay gắt trong ngành khách sạn như hiện nay thì yêu cầu không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ đã trở thành vấn đề sống còn

đối với các khách sạn trong đó yếu tố con người được đưa lên hàng đầu. Do đặc thù của sản phẩm trong khách sạn chủ yếu mang tính chất vô hình, không thể cân đo, đong đếm hay lượng hóa một cách dễ dàng mà chỉ có thể được cảm nhận được thông qua việc tiêu dùng của khách cho nên việc làm thế nào để có thể thỏa mãn được những nhu cầu của khách hàng là điều vô cùng quan trọng. Điều này đòi hỏi những người lao động làm việc trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn ngoài những yêu cầu của công việc giống như tất cả mọi công việc khác trong xã hội thì họ còn phải có những đặc thù riêng do tính chất của công việc đem lại.

Trong hệ thống sản phẩm của khách sạn thì dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn vậy nên việc giao tiếp, tiếp xúc với du khách là công việc thường xuyên của những người lao động trong lĩnh vực du lịch đặc biệt với đội ngũ lễ tân hay nhân viên ở bộ phận bàn, bar. Để có thể phục vụ được tốt những yêu cầu của khách đòi hỏi nhân viên phục vụ cần có kỹ năng giao tiếp cũng như phải hiểu được tâm lý của du khách. Khi hoạt động du lịch phát triển và được coi là một ngành kinh doanh thì văn hóa giao tiếp vừa là tài nguyên, vừa là phương tiện, vừa là động lực cho sự phát triển đó. Bản sắc văn hóa của một địa phương chính là sức hút du khách từ nơi khác đến thăm quan, tìm hiểu, chiêm ngưỡng cho nên người kinh doanh du lịch cũng phải biết sử dụng một cách khôn khéo hành vi ứng xử mang tính chất truyền thông để thu hút khách ngày càng nhiều hơn nữa và đồng nghĩa với đó là lợi nhuận cũng sẽ tăng theo. Để thấy được tầm quan trọng của văn hóa ứng xử trong kinh doanh khách sạn thì cần phải hiểu văn hóa ứng xử trong kinh doanh khách sạn là gì?

***Văn hóa ứng xử trong kinh doanh khách sạn**

Văn hoá ứng xử trong kinh doanh khách sạn là một phần của văn hoá doanh nghiệp. Các mối quan hệ trong nội bộ doanh nghiệp được xây dựng và duy trì, phát triển bền vững sẽ tạo ra môi liên kết chặt chẽ trong toàn doanh nghiệp và đây là nguồn nội lực to lớn của mỗi doanh nghiệp. Bên cạnh đó, môi trường làm việc ngày càng trở nên đa dạng, nên càng đòi hỏi văn hoá ứng xử phải được thiết lập bền vững. Tuy nhiên, nhiều doanh nghiệp Việt Nam hiện nay chưa hề chú trọng tới việc xây dựng, củng cố văn hoá ứng xử trong doanh nghiệp mình. Vì vậy, các mâu thuẫn, xung đột trong nội bộ xảy ra liên tiếp, nhân viên bỏ việc...

Để xây dựng doanh nghiệp và văn hoá doanh nghiệp bền vững, mỗi doanh nghiệp cần phải xây dựng được những nguyên tắc ứng xử trong nội bộ phù hợp với văn hoá doanh nghiệp riêng. “ Văn hóa ứng xử trong kinh doanh khách sạn là các mối quan hệ ứng xử giữa cấp trên với cấp dưới, giữa các đồng nghiệp với nhau, giữa con người với công việc, được xây dựng trên những giá trị chung của khách sạn”. Mỗi khách sạn có một cách văn hóa ứng xử riêng, mang đặc điểm riêng, phù hợp với văn hóa ứng xử của cộng đồng. Sự phát triển của khách sạn phải gắn liền với việc xây dựng, củng cố các mối quan hệ trong nội bộ khách sạn đó. Chỉ khi đó kinh doanh khách sạn mới có sự phát triển bền vững. Văn hóa ứng xử trong kinh doanh khách sạn được thể hiện thông qua các mối quan hệ giữa cấp trên với cấp dưới, giữa những người lao động với nhau.

*** Nguyên tắc ứng xử của người lãnh đạo với cấp dưới :** Là người đứng đầu doanh nghiệp, người lãnh đạo có vai trò rất quan trọng trong quá trình xây dựng văn hóa ứng xử trong doanh nghiệp. Họ phải biết tuyển chọn, dùng người đúng việc, đúng chỗ, đưa ra chế độ thưởng phạt công minh, biết cách thu phục nhân viên, lắng nghe, tiếp nhận thông tin phản hồi từ nhân viên, biết giải quyết mâu thuẫn, xung đột nội tại có hiệu quả. Khi thực hiện những nguyên tắc này, người lãnh đạo sẽ xây dựng được nét văn hóa ứng xử tốt đẹp trong doanh nghiệp. Các công việc cụ thể như sau:

*** Tuyển chọn, dùng người đúng việc, đúng chỗ:** Khi người lãnh đạo tuyển chọn đúng người và dùng đúng người, đúng việc sẽ phát huy được tiềm năng của nhân viên, tạo cho nhân viên niềm say mê trong công việc.

*** Chế độ thưởng phạt công minh:** Khi thực hiện công việc quản lý, đòi hỏi người lãnh đạo phải có khiên trách, khen thưởng và phải ít ền hành công bằng. Khi khiên trách, người lãnh đạo phải dựa trên lợi ích của tập thể, của doanh nghiệp. Khiên trách cũng đòi hỏi phải có nghệ thuật, sao cho nhân viên vui vẻ chấp nhận và phấn đấu làm tốt hơn. Khi nhân viên làm tốt, hãy khen thưởng nhân viên trước tập thể.

*** Thu phục nhân viên dưới quyền:** Người là lãnh đạo không chỉ đơn thuần đưa ra các yêu cầu, mệnh lệnh rồi bắt nhân viên thực hiện mà người lãnh đạo phải có nghệ thuật, am hiểu tâm lý con người để thu phục các nhân viên tự nguyện đi theo mình. Giao việc cho nhân viên, nhưng chính người lãnh đạo cũng phải có thái độ hăng hái giống như mình bắt tay vào làm.

* **Quan tâm tới thông tin phản hồi từ nhân viên:** Những phản hồi của nhân viên cũng giống như những phản hồi của khách hàng. Vì vậy người lãnh đạo hãy xem xét tới ý kiến phản hồi từ phía nhân viên.

* **Giải quyết những xung đột, mâu thuẫn nội tại có hiệu quả:** Trước hết, hãy giúp các nhân viên tự giải quyết những mâu thuẫn của mình. Khi mâu thuẫn, xung đột lên cao, người lãnh đạo phải biết tìm ra cách giải quyết sao cho không ảnh hưởng tới công việc chung, và các bên liên quan đều thỏa mãn.

* **Nguyên tắc ứng xử của cấp dưới với nhà lãnh đạo.**

Những người lãnh đạo thành công đều là những người trao quyền và tạo điều kiện tốt nhất cho cấp dưới quản lý được cấp trên, tạo sự thấu hiểu giữa hai bên. Để đạt được điều này, ứng xử của cấp dưới với người lãnh đạo phải được xây dựng trên những nguyên tắc cụ thể, cấp dưới phải thể hiện được vai trò của mình, phải trở thành người hỗ trợ đắc lực cho lãnh đạo.

* **Cấp dưới phải thể hiện được vai trò của mình**

Trước hết, nhân viên phải hoàn thành tốt công việc được giao với tinh thần trách nhiệm cao nhất. Họ cũng phải mạnh dạn thử sức với những công việc mới, thách thức để chứng tỏ khả năng của mình với người lãnh đạo. Sự cố gắng đó không phải chỉ cho doanh nghiệp, cho ông chủ của mình, mà trước hết là cho chính bản thân mình. Khi thể hiện được vai trò của mình, mỗi nhân viên sẽ tự nâng giá trị cá nhân của mình lên. Doanh nghiệp sẽ gắn kết các giá trị riêng lẻ với nhau trong giá trị chung của doanh nghiệp.

* **Cấp dưới phải trở thành người hỗ trợ đắc lực của người lãnh đạo**

Không chỉ hoàn thành phận sự của mình một cách hoàn hảo, mà mỗi nhân viên hãy trở thành những người hỗ trợ, những nhà cố vấn hiệu quả cho cấp trên của mình. Hãy đưa ra ý tưởng và thuyết phục người lãnh đạo tán thành ý tưởng của mình. Tất nhiên để làm được điều đó, nhân viên phải hiểu được người lãnh đạo mong muốn điều gì.

* **Nguyên tắc ứng xử giữa các đồng nghiệp.**

Muốn xây dựng văn hóa ứng xử trong doanh nghiệp bền vững, mọi thành viên phải xây dựng được mối quan hệ đồng nghiệp, xây dựng được thái độ cởi mở, hợp tác với nhau. Mỗi cá nhân dù có mạnh đến đâu, cũng khó làm nên thành công nếu không hợp tác, giúp đỡ nhau. Mối quan hệ đồng nghiệp xây dựng vững chắc, sẽ tạo nên sức mạnh của doanh nghiệp.

* **Xây dựng mối quan hệ đồng nghiệp.**

Các nhà quản trị cho rằng, việc sử dụng con người như thế nào, coi cái gì là quan trọng trong đối nhân xử thế của nhà lãnh đạo, chính là yếu tố trực tiếp tạo nên mối quan hệ giữa các cá nhân trong doanh nghiệp. Vì vậy, xây dựng mối quan hệ đồng nghiệp không thể chỉ là những câu nói, cử chỉ mang tính chất xã giao, mà phải dựa trên sự hợp tác, thúc đẩy cùng hướng tới mục tiêu chung.

*** Xây dựng thái độ cởi mở, hợp tác với nhau:**

Năng động, có khả năng tư duy độc lập, có kinh nghiệm...vẫn chưa đủ tạo nên tác phong làm việc chuyên nghiệp. Mọi thành viên trong doanh nghiệp phải có tinh thần cởi mở, hợp tác với các đồng nghiệp. Sự phối hợp ăn ý sẽ tạo nên hiệu quả công việc cao nhất. Chỉ khi có thái độ cởi mở, chia sẻ thông tin cho nhau, thẳng thắn góp ý và tiếp nhận ý kiến phản hồi của nhau..doanh nghiệp mới xây dựng được các mối quan hệ tin cậy trong nội bộ.

*** Nguyên tắc ứng xử đối với công việc**

Dù là người lãnh đạo hay là nhân viên thì thái độ ứng xử của bạn với công việc đều là phải tôn trọng công việc của mình. Chỉ khi đó bạn mới có thể làm việc hiệu quả và mới tìm thấy niềm vui trong công việc. Thể hiện thái độ tôn trọng công việc bằng tinh thần trách nhiệm với công việc. Hãy nhận trách nhiệm khi mắc lỗi, bằng cách làm việc tích cực hơn, đảm bảo điều sai lầm sẽ không xảy ra nữa. Hãy thực hiện công việc được giao đúng kế hoạch, tiến độ, với sự sáng tạo và nỗ lực cao nhất, để đạt được kết quả cao nhất. Song bạn cũng không nên dừng lại ở công việc được giao, mà hãy luôn tìm tòi, phát hiện khả năng của mình ở những lĩnh vực mới. Thái độ tôn trọng với công việc được thể hiện ở mọi khía cạnh, tôn trọng giờ giấc làm việc, không lãng phí thời gian làm việc tại khách sạn vào những việc riêng cá nhân hay thực hiện đúng những quy định làm việc của khách sạn.

Trong kinh doanh khách sạn thì văn hóa ứng xử thuộc lớp ngoài cùng của văn hóa doanh nghiệp, một trong những bộ phận trực tiếp tạo nên bộ mặt của khách sạn đó chính là phong cách giao tiếp, cách thức phục vụ của nhân viên trong khách sạn đối với khách du lịch, là hình ảnh của khách sạn được ghi dấu trong phong cách kiến trúc, trong trang phục của nhân viên...Như vậy có thể hiểu, văn hóa ứng xử là phương tiện đưa những giá trị tinh thần, tiêu chuẩn đạo đức, quy tắc làm việc...trong khuôn khổ của một bộ máy quản lý thành hành động cụ thể của từng thành viên trong khách sạn. Thông qua những hành động cụ thể đó, văn hóa ứng xử chính là cầu nối trực tiếp đưa khách sạn

đến với những mong muốn của khách du lịch và đồng thời đưa khách du lịch đến được với những giá trị đích thực của khách sạn.

Chính vì vậy, trong kinh doanh khách sạn thì văn hóa ứng xử có vai trò hết sức to lớn. Nó thể hiện mục đích, tiềm năng của khách sạn, nó tạo nên dấu ấn, nét riêng biệt cho khách sạn, giúp phân biệt khách sạn này với khách sạn khác và do đó nó tạo ra khả năng cạnh tranh cho khách sạn trên thương trường. Một khách sạn có nền văn hóa ứng xử tốt thể hiện ở môi trường làm việc vui vẻ và có hiệu quả cao của nhân viên. Đây chính là điều kiện cho sự tồn tại lâu dài của khách sạn, một nền văn hóa ứng xử vừa mang tính chuẩn mực vừa mang tính sáng tạo sẽ trở thành một điểm đến thân thiện cho nhiều du khách, trở thành nhịp cầu giao lưu văn hóa xóa đi được những rào cản giữa các quốc gia.

1.2. Các yếu tố cấu thành văn hóa

1.3. Những yêu cầu về văn hóa ứng xử trong kinh doanh khách sạn

Như đã trình bày ở những phần trước các doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lưu trú và ăn uống đóng vai trò như những nhà sản xuất, cung cấp sản phẩm trực tiếp cho khách du lịch và là một trong những thành phần chính quan trọng bậc nhất của cung du lịch. Trong thời đại ngày nay khi mà hoạt động du lịch đã trở thành một nhu cầu thiết yếu không thể thiếu trong đời sống của con người thì đối tượng khách của khách sạn ngày càng trở nên đa dạng và phong phú. Đặc trưng của kinh doanh khách sạn là dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn vậy nên việc làm thế nào để hiểu được tâm lý của từng đối tượng khách cũng như làm thế nào để có cách ứng xử cho phù hợp với những đặc điểm tâm lý, thị hiếu, sở thích của khách du lịch là một vấn đề lớn được các khách sạn đặt lên hàng đầu.

Trong kinh doanh khách sạn thì con người là nhân tố không thể thiếu và đóng vai trò quyết định đến chất lượng của sản phẩm dịch vụ có trong khách sạn. Do đặc thù của nghề nghiệp là dịch vụ cho nên việc giao tiếp ứng xử với khách được coi là tiêu chuẩn để đánh giá trình độ, năng lực làm việc của nhân viên. Nói như vậy để thấy được tầm quan trọng của văn hóa giao tiếp trong kinh doanh khách sạn.

Một doanh nghiệp sẽ trở nên danh tiếng bởi chất lượng sản phẩm, tinh thần thái độ phục vụ khách hàng chứ không hẳn là bởi một biểu tượng đẹp. Đặc biệt trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ thì điều này thể hiện trực giác, trực diện khách hàng cảm nhận một cách dễ dàng. cung cách giao tiếp, thái độ ứng xử, sự thể hiện các mối quan hệ xã hội tất cả đều tạo ra những cảm nhận tiêu cực hay tích cực đối với một thương hiệu và qua một quá trình trải nghiệm khách hàng

sẽ có ấn tượng tốt hay không. Văn hóa giao tiếp trong kinh doanh khách sạn được thể hiện ở 2 nhóm đối tượng là quan hệ giữa nhân viên phục vụ với nhau và giữa nhân viên phục vụ đối với khách du lịch.

Những yêu cầu về văn hóa ứng xử đối với nhân viên phục vụ trong khách sạn

Ngoài việc làm ăn tìm kiếm lợi nhuận, các thành viên trong khách sạn thường xuyên phải giao tiếp, trao đổi và cùng nhau thực hiện các mục tiêu chung tại công sở, thông thường là 8 tiếng một ngày và 5 ngày một tuần. Như vậy, đa số các thành viên trong khách sạn đều ít nhiều có quan hệ gắn bó với nhau trong công việc trong một thời gian dài. Chính vì vậy, giữa những thành viên này đã xuất hiện những quy ước về cách ăn mặc, giao tiếp, học tập, rèn luyện, làm việc... Các quy ước thành văn và không thành văn này dần dần đã trở thành các chuẩn mực làm việc tại nơi công sở và được gọi là văn hóa doanh nghiệp.

Trình độ văn hóa doanh nghiệp là tổng hợp các nhóm yếu tố nền tảng, các hoạt động văn hóa và các giá trị văn hóa do các thành viên trong doanh nghiệp xây dựng và phát triển, đã được chính các thành viên trong doanh nghiệp và các khách hàng chấp nhận là phù hợp với các chuẩn mực của văn hóa xã hội. .

Những yêu cầu chung của nhân viên phục vụ khi tham gia vào hoạt động giao tiếp là:

ω Về trình độ

♣ Phải có kiến thức về chuyên môn nghiệp vụ.

♣ Có trình độ ngoại ngữ, sử dụng thành thạo tiếng Anh, ưu tiên người có thêm ngoại ngữ thứ 2.

♣ Đối với nhân viên của bộ phận lễ tân, bộ phận bàn, bar ngoài những yêu cầu trên cần có thêm kiến thức về văn hóa, lịch sử, giao tiếp, có khả năng nắm bắt được tâm lý của khách hàng. Đặc biệt đối với nhân viên của bộ phận lễ tân, ngoài nghiệp vụ chuyên môn của mình cần có thêm kiến thức cơ bản về một số nghiệp vụ hỗ trợ như kế toán, thanh toán, thống kê, hành chính văn phòng, những nội quy, văn bản của ngành du lịch và của các cơ quan quản lý liên quan đến khách và hoạt động kinh doanh của khách sạn, kiến thức về văn hóa, lịch sử, giao tiếp, có khả năng nắm bắt được tâm lý của khách hàng. Biết sử dụng tốt máy tính.

ω Về hình thức

Dáng vẻ bề ngoài của người phục vụ ảnh hưởng tới ấn tượng ban đầu của khách hàng chính vì vậy mà đồng phục của người phục vụ trong du lịch cần đảm bảo những yêu cầu cơ bản đó là:

- Phải gọn gàng, không diêm dúa, cầu kỳ, phải kín đáo và phù hợp với tính chất công việc.
- Nhân viên lễ tân đồng phục phải chỉnh tề, đàng hoàng, lịch sự.
- Nhân viên gác cổng, thang máy đồng phục phải gọn gàng, khỏe mạnh, vững chãi.
- Nhân viên bàn, bar đồng phục phải gọn, đẹp, duyên dáng.
- Đồng phục phải sạch sẽ, là phẳng, không ố màu, không sút chỉ.
- Nhân viên không đi dép lê, guốc cao gót khi làm việc.

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

Hoạt động đón 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 về khách sạn là rất quan trọng mà 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 lý khách, giao tiếp khéo léo sẽ làm hài lòng khách ngay từ phút đầu gặp gỡ.

Khi đón tiếp khách, nhân viên phục vụ phải thể hiện được phép lịch sự trong giao tiếp bởi đó là những tiêu chuẩn để 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 khi 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 không có cảm giác như đang ở nhà mình. Đặc biệt, trong quá trình giao tiếp người phục vụ phải chú ý đến diện mạo, phong cách giao tiếp bởi thông qua

đó khách có thể đánh giá về khả năng tổ chức, quản lý kinh doanh, những quy củ, nề nếp của khách sạn.

Trong khi giao tiếp với khách đòi hỏi người phục vụ phải có kỹ 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.

Để làm tốt công việc phục vụ khách trong suốt thời gian lưu trú thì thông qua giao tiếp người 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 hàng vui sướng (khi đáp ứng quá mong đợi hoặc ngoài 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 khủng khiếp và dai dẳng hơn nhiều so với Thượng đế, một khi biết bạn không coi họ ra gì).

+ Vì khách hàng (cả hiện tại và tương lai của khách hàng khi họ chọn mua hàng của bạn).

- 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 ưỡn 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.

1.1.3.4. 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 cung, 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 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 dịch vụ của khách sạn. Họ cũng phải lắng nghe ý kiến của khách để điều chỉnh phong cách và 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 cuốn 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 ngành du lịch và thực hiện những nhiệm vụ quan trọng của ngành. 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 mái nhất, đáp ứng nhu cầu của khách. Hàng hóa, dịch vụ trong hoạt động kinh doanh khách sạn không chỉ thuần túy là những hàng hóa mang tính thương mại mà bán hàng là một nghề đòi hỏi phải có nghệ thuật giao tiếp ứng xử thật khéo léo, thông minh để có thể hiểu biết và khai thác tâm lí khách hàng. Việc phục vụ tốt khách trong giai đoạn này sẽ thiết lập được 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 cho khách sạn.

- 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 bên cạnh đó cũng có những người rất khó tính. Tuy nhiên khi đến với khách sạn họ đều có nhu cầu 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 người phục vụ sẽ phải nắm bắt được tâm lí 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 xem khách sạn có đáp ứng được hay không, hay phải liên hệ với các cơ sở dịch vụ ngoài 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 của khách.
- + Cập nhật chính xác các 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 Mỹ cho rằng khách hàng không phải là 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 ngành 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 có lòng 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 lý 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 trực trực, tivi mất màu; phàn nàn về thái độ phục vụ của nhân viên: lạnh lùng, thờ ơ..., phàn nàn về kỹ năng phục vụ của nhân viên...

Khi gặp phải những tình huống này, người phục vụ phải hết sức bình tĩnh, lắng nghe và ghi lại các chi tiết liên quan như tên khách, số buồng khách, vấn đề cần khắc phục... xin lỗi khách và tỏ ra hết sức thông cảm với khách. Sau đó, tìm hiểu kỹ sự việc và đưa ra hướng giải quyết để cho khách lựa chọn, cảm ơn khách đã đóng góp ý kiến cho khách sạn. Nhân viên phục vụ không được quên kiểm tra lại sự hài lòng của khách, tùy vào từng sự việc và mức độ nghiêm trọng của sự việc, người phục vụ có thể tặng một món quà nhỏ hay đem một lẵng hoa tươi theo sở thích của khách, đồng thời giữ thẻ điện cho khách trong trường hợp khách phàn nàn vô lý “khách hàng bao giờ cũng đúng”.

Mỗi vùng đất dân tộc, quốc gia đều có những phong tục tập quán, những lễ nghi, kiêng kỵ khác nhau. Chính vì vậy, người phục vụ phải có những hiểu biết

nhất định để tránh làm mất lòng khách. Khi giao tiếp với khách người phục vụ phải thể hiện được nét đẹp văn hóa giao tiếp của dân tộc.

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

Hầu hết các lĩnh vực kinh doanh khi bán hàng xong là kết thúc nhưng đối với hoạt động kinh doanh khách sạn thì đó mới là bắt đầu. Trong suốt quá trình đón tiếp và phục vụ khách nhân viên phục vụ đã hoàn thành tốt nhiệm vụ nhưng nếu ở giai đoạn tiễn khách mà nhân viên có những biểu hiện và thái độ thiếu khéo léo thì sẽ làm khách có ấn tượng không tốt về khách sạn và khả năng khách quay trở lại khách sạn là rất thấp.

Thông tin truyền miệng qua người tiêu dùng có sức lan tỏa rất nhanh theo cấp lũy thừa, đồng thời sự đánh giá của họ về sản phẩm luôn được coi là khách quan và trung thực bởi vậy có sức thuyết phục trực tiếp những người mua hàng khác so với quảng cáo của công ty. Mượn lời của khách hàng, nói những lời hay ý đẹp về công ty, về sản phẩm là rất hiệu quả. Không một hình thức quảng cáo nào có hiệu quả hơn chính sự quảng cáo của khách hàng. Mỗi người khách hài lòng về chất lượng phục vụ, dịch vụ của khách sạn sẽ là một nhà quảng cáo miễn phí cho doanh nghiệp khách sạn. Họ sẽ giới thiệu cho bạn bè người thân về khách sạn, nơi họ được đón tiếp cởi mở, chân thành, lịch sự. Nơi mà nhân viên phục vụ nhớ tên khách, xưng hô lễ phép, thân thiện, khiến khách có cảm giác như ở nhà mình.

Thái độ lịch sự, niềm nở của nhân viên phục vụ đối với khách không chỉ được duy trì ở quá trình đón tiếp mà đặc biệt quan trọng khi tiễn khách bởi sự ân cần, nồng hậu của người phục vụ sẽ giúp khách có ấn tượng tốt đẹp cho họ nói riêng và cho khách sạn nói riêng.

Khi tiễn khách nhân viên thu ngân giao phiếu đã thanh toán để nhân viên hành lý giúp khách vận chuyển hành lý ra xe. Nếu có điều kiện nhân viên phục vụ giúp khách tìm phương tiện vận chuyển nếu khách có nhu cầu. Đặc biệt nhân viên lễ tân không được quên tạm biệt khách, chúc khách lên đường may mắn và hẹn gặp lại.

1.1.3.6. Một số điều cần lưu ý đối với nhân viên phục vụ khi giao tiếp với người nước ngoài

Trong nền kinh tế mở hiện nay, các ngành doanh nghiệp Việt Nam đang mở rộng quan hệ với nước ngoài nhằm phát triển hoạt động của doanh nghiệp. Trong đó kinh doanh khách sạn cũng không phải là ngành ngoại lệ. Xã hội càng

phát triển thì nhu cầu về giao tiếp càng gia tăng. Nếu trước đây, con người chỉ chủ yếu giao tiếp với người trong nước thì nay giao tiếp với các đối tác chịu ảnh hưởng của các nền văn hóa khác nhau đã được mở rộng.

Khi giao tiếp với người nước ngoài chúng ta gặp phải rào cản về ngôn ngữ. Do vậy muốn giao tiếp tốt, nắm bắt được nhu cầu, sở thích thói quen... của khách người làm du lịch nói chung và trong khách sạn nói riêng phải có ngoại ngữ. Hành vi ứng xử của con người thường phản ánh nền văn hóa của dân tộc, đất nước mà người đó sống, trong đó những phong tục tập quán, lễ nghi nói lên bản sắc của một quốc gia.

* Một số nét cơ bản nhất của một số nước lớn trên thế giới và khu vực.

Giáo sư trường đại học Wakayama (Nhật Bản) có đưa ra một nhật xét vui như thế này: 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 thể 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 mua quả táo 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 nàng bông hoa và nói những lời 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 xa hay mì vằn thắn. Với người Nhật thì sao? Anh này sẽ liệng 1\$ cuối cùng của mình vào một xó xỉnh, hay một gầm tủ khuất kín cố gắng không 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 xây lại căn nhà cũ của mình. Anh ta lục lại đồng đô 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.

Người Anh:

+ Tính cách dân tộc: lạnh lùng, trầm lắng, thích thực tế, ngắn gọn. Trong quan hệ với mọi người họ luôn dè dặt, nghiêm nghị, có khoảng cách.

+ Họ thích đến những nơi có khí hậu nóng, bãi tắm đẹp và có nhiều người biết tiếng anh. Họ thích đi du lịch ngắn ngày và đi được nhiều nơi, thích có nhiều điều kiện chơi thể thao và giải trí.

+ Người Anh không thích tặng quà có giá trị, họ không thích con số 13, họ quý mèo, rất thích hoa tươi.

Người Pháp:

+ Tính cách dân tộc: thông minh, lịch thiệp và khéo léo nhưng ở người Pháp còn phân biệt đẳng cấp. Họ là những người thích ăn diện, có tính hài hước và tính châm chọc. Họ rất kỹ hoa Cúc và không thích hoa Cẩm Chướng.

+ Họ thích được nghỉ ngơi, tìm hiểu và khám phá.

+ Họ không thích con số 13, họ thích được nghỉ ở khách sạn 3-4 sao, họ yêu cầu chất lượng phục vụ cao và ngồi ăn với người lạ.

Người Đức:

+ Tính cách dân tộc: thông minh, tư duy logic, chặt chẽ, nhanh nhẹn. Phong cách giao tiếp của rõ ràng sòng phẳng. Họ có tài tổ chức, ý chí cao, sống và làm việc theo kế hoạch.

+ Họ rất thích đến nơi du lịch phát triển và an ninh đảm bảo. Họ cũng rất tự nhiên, hay bày tỏ thái độ rõ ràng, hay đánh giá chất lượng.

Người Italia:

+ Tính cách dân tộc: lạc quan, họ nói hơi nhiều nhưng họ thích âm nhạc, hào phóng, coi trọng sự gọn gàng, kiểu cách và trang trọng.

Người Italia rất đúng hẹn, đặc biệt phụ nữ Italia rất thích được các bậc mày râu đón tiếp, nếu tặng họ hoa thì tránh hoa Cúc và tránh số lẻ.

+ Người Italia thường đi du lịch cả gia đình, họ thích lưu trú ở khách sạn và thích mua sắm ban đêm.

Chú ý khi uống rượu với người Italia không được để say, bởi điều đó sẽ coi là khiếm nhã.

Người Mỹ:

+ Dân tộc Mỹ là dân tộc pha tạp, không đồng nhất nên gọi là hợp chủng quốc. Cuộc sống của người Mỹ rất năng động và sáng tạo. Họ thiên về chủ nghĩa cá nhân và chủ nghĩa anh hùng cá nhân.

+ Người Mỹ là con người hành động, thực tế và thường thường họ khuyên mọi người “hãy tự mình làm lấy cho mình”.

Văn hóa ứng xử tại khách sạn Sao Biển - Hải Phòng

+ Họ thiên về các hội tôn giáo, họ thích tự do, thích quan hệ rộng, làm quen thì nhanh nhưng kết bạn lâu bền thì hơi khó. Họ rất tin vào sức mạnh thần bí, họ kỵ con số 13.

+ Người Mỹ rất thích ở những nơi có an ninh trật tự tốt, thích du lịch biển và đến những nơi có dấu ấn chiến trường xưa của Mỹ.

Người Nhật:

+ Tính cách dân tộc: thông minh, cần cù, khôn ngoan, nhưng cũng rất trượng nghĩa, bản sắc cộng đồng rất cao.

Họ trung thành với truyền thống và tính kỷ luật cao, trung thành với người có uy quyền cao.

+ Trong cuộc sống hàng ngày họ là những người lịch lãm, chu đáo, cẩn cơ, ham học hỏi, tính tự chủ rất cao, điềm tĩnh, ôn hòa. Họ thích con số lẻ, họ kỵ số 4. Ở Nhật màu trang trí của họ thường là màu đen và màu đỏ.

Người Thụy Sĩ:

+ Tính cách dân tộc: là người lịch sự, chính xác, kiên trì, thận trọng và họ thích sự yên tĩnh. Họ có học vấn cao, hầu hết người Thụy Sĩ biết nói ba thứ tiếng Anh- Pháp-Đức

+ Ấn tượng đầu tiên đối với họ rất quan trọng, họ rất thích gửi thư quà tặng, bưu phẩm đến công ty.

+ Khi đi du lịch họ thích các công ty du lịch có thâm niên, họ thích ở khách sạn cao cấp 3 sao trở lên.

Người Ấn Độ:

+ Tính cách dân tộc: phong tục tập quán của họ gắn chặt với đẳng cấp lễ nghi tôn giáo. Khi chào nhau họ thường chấp tay trước ngực.

+ Khi đi du lịch người Ấn Độ rất thích đi trọn gói đến những nơi an toàn.

+ Họ thích ở phòng số 11, 21, 31...nhưng họ lại ghét số 41 và 141.

- Người Nga:

+ Tính cách dân tộc: thẳng thắn, dứt khoát, dễ hòa nhập, dễ gần, ít lễ nghi, cởi mở, dễ hòa mình, rộng lượng và chân thành.

+ Họ thích đến những nơi an toàn và thích đi du lịch biển.

- Khu vực Đông Nam á: Ở các nước Đông Nam á khi giao dịch không nên ngồi vắt chân chữ ngũ nếu không sẽ phá vỡ cơ hội làm ăn. Nếu vô tình lắc chân để cho đế giày hướng vào đối phương thì đàm phán dễ bị thất bại, dù bạn có vô ý chạm vào cũng không thể tha thứ được.

CHƯƠNG II: THỰC TRẠNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ VỚI KHÁCH HÀNG CỦA NHÂN VIÊN PHỤC VỤ TẠI KHÁCH SẠN SAO BIỂN

2.1. Giới thiệu chung về khách sạn Sao Biển

Tên khách sạn: Sea Stars (Sao Biển)

Xếp hạng: bốn sao

Địa chỉ: 1/3A Lê Hồng Phong, Quận Ngô Quyền, Thành phố Hải Phòng

Fax: +84.31.3556.888

Tel: (84 31) 3556996/988

Email: seastarshotel@gmail.com

Website: seastarshotel.com

Hình 2.1: Toàn cảnh kiến trúc khách sạn



2.1.1. Lịch sử hình thành và phát triển của khách sạn

Mỗi khách sạn ra đời đều có một quá trình hình thành và phát triển riêng, nhưng để tồn tại và phát triển được thì lại phụ thuộc vào nhiều yếu tố, trong đó phụ thuộc nhiều nhất vào nhu cầu thị trường. Chính nhu cầu về dịch vụ lưu trú

của thị trường ngày càng tăng và chính sách mở cửa hội nhập kinh tế đã tạo điều kiện cho các cá nhân và tổ chức quốc tế giao lưu, hợp tác kinh doanh và tham quan du lịch.

Thành phố Hải Phòng được đánh giá cao về tiềm năng phát triển du lịch. Hải phòng có cảng nước sâu cảng biển lớn là những danh lam thắng cảnh được nhiều khách du lịch tới tham quan. Đặc biệt là thành phố mở cửa thu hút nhiều nhà đầu tư, nhiều khách du lịch tới tham quan trong thời gian gần đây cũng như dự án trong tương lai. Để hoà nhập với sự tăng trưởng, phát triển không ngừng của thành phố. Khách sạn Sao Biển đã ra đời và đạt tiêu chuẩn đẳng cấp 4 sao đáp ứng nhu cầu du lịch ngày càng cao của xã hội đồng thời góp một phần nhỏ vào sự phát triển của thành phố về kinh tế nói chung và về du lịch nói riêng.

Khách sạn Sao Biển thuộc công ty Cổ Phần Đầu Tư Phát triển Du lịch – Thương mại Tân Hoàng Gia. Khách sạn xây dựng trên mảnh đất số 01/03A khu đô thị mới. Khách sạn Sao Biển đặt ở vị trí hợp lí - với 3 mặt tiền thoáng mát nằm trên trục đường gần trung tâm thành phố với bốn làn đường xen kẽ những hàng cây xanh mượt bốn mùa, đây là con đường đẹp nhất Hải Phòng hiện nay (đường Lê Hồng Phong), gần siêu thị Big C, khu cao ốc thương mại văn phòng và căn hộ cao cấp TD Plaza. Đặc biệt hơn khách sạn chỉ cách sân bay Cát Bi-Hải phòng và cảng Đình Vũ chừng 4 km. Với vị trí ở cửa ngõ chính và trung tâm phát triển thương mại của toàn thành phố, rất thuận tiện cho khách trong việc đi lại khi công tác hay đi du lịch tại Hải phòng, Đồ Sơn hay đi Hà Nội...đây chính là mục tiêu mà thành phố và Trung Ương đang rất quan tâm và sẽ hoàn thành trong tương lai gần vì đây là diện mạo của thành phố - đô thị loại 1 cấp quốc gia. Khách sạn gồm 14 tầng có tổng diện tích 1800m² với hệ thống cơ sở vật chất kĩ thuật hiện đại: hệ thống camera 24/24 ; hệ thống an toàn PCCC theo tiêu chuẩn quốc tế, hệ thống máy lạnh hai chiều và những tiện ích khác.

Khách sạn bắt đầu tiến hành khởi công vào tháng 2 năm 2005, được thi công bởi công ty TNHH Phúc Tiến. Khách sạn Sao Biển mở cửa đón khách vào ngày 21 tháng 12 năm 2007 với 127 phòng đạt tiêu chuẩn quốc tế, hai nhà hàng (Á và Sao Mộc), Bar Lobby, khu hội thảo, bể bơi bốn mùa và khu vực dành riêng cho chăm sóc sức khoẻ, sắc đẹp. Không chỉ được xem là một toà nhà cao ốc hiện đại đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách đặc biệt là khách quốc tế, khách sạn Sao Biển còn là một điểm nhấn của Hải Phòng với các trang thiết bị hạng sang.

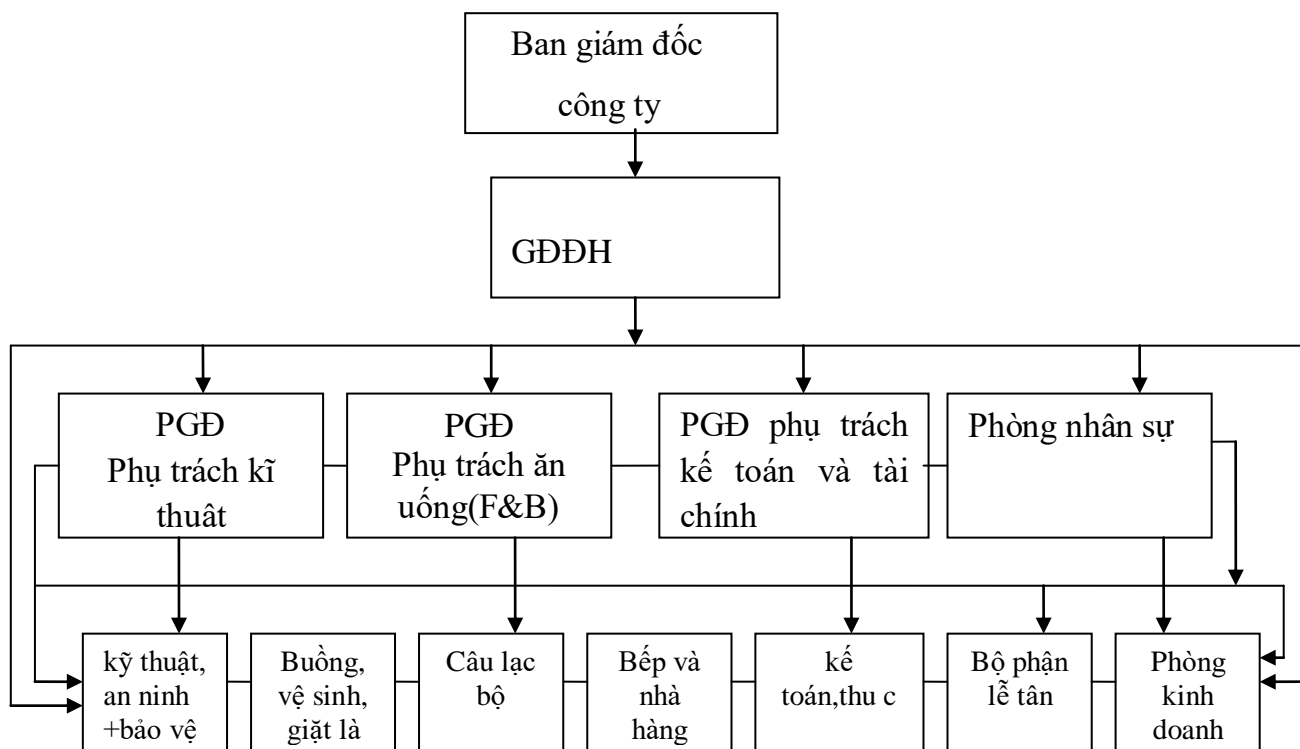
Căn cứ vào số 0203003425 cấp ngày 02/6/ 2005 và đăng kí lần đầu 4/9/2007, thay đổi lần thứ nhất vào 31/12/2007 về việc cấp hạng 4 sao của khách sạn. Căn cứ vào quyết định số 268 ngày 14/ 10/2008 Khách sạn Sao Biển được Tổng Cục du lịch Việt Nam công nhận đạt tiêu chuẩn 4 sao.

Nguồn vốn kinh doanh thể hiện quy mô, tầm cỡ của khách sạn Sao Biển. Đó là điều kiện để khách sạn tổ chức hoạt động kinh doanh có hiệu quả. Tổng vốn kinh doanh của khách sạn Sao Biển là 100 tỉ đồng. Ngoài số vốn trên, khách sạn cũng thường xuyên bổ sung thêm nguồn vốn của mình từ lợi nhuận thu được trong quá trình sản xuất kinh doanh

2.1.2. Cơ cấu tổ chức

Một trong những nhiệm vụ chính của khách sạn là tổ chức, sắp xếp nguồn lực thành từng bộ phận, mang tính độc lập tương đối, tạo ra “tính chuỗi” trong hệ thống để đạt được mục tiêu của khách sạn. Mô hình tổ chức bộ máy trong khách sạn một mặt phản ánh vị trí, chức năng, quyền hạn, trách nhiệm của từng bộ phận, từng cá nhân. Mặt khác phản ánh mối quan hệ quản lý thông tin và mối quan hệ chức năng giữa các vị trí, các cá nhân thực hiện các công việc khác nhau trong khách sạn hướng tới mục tiêu đề ra.

Sơ đồ 2.1: Cơ cấu tổ chức bộ tổ chức của khách sạn



(Nguồn: phòng nhân sự - khách sạn Sao Biển)

Bộ máy quản lý tại khách sạn được thiết lập theo kiểu trực tuyến. Đây cũng là mô hình phổ biến và tiêu biểu trong kinh doanh khách sạn.

Văn hóa ứng xử tại khách sạn Sao Biển - Hải Phòng

Giám đốc điều hành chịu trách nhiệm điều phối toàn bộ hoạt động của của các bộ phận trong khách sạn và trực tiếp chỉ đạo hai bộ phận lễ tân và kinh doanh để các phòng ban, bộ phận trong khách sạn trở thành một khối thống nhất.

Giám đốc điều hành trực tiếp chỉ đạo, giao chỉ tiêu cho các mảng do các phó giám đốc trực tiếp phụ trách.

Phó giám đốc phụ trách F & B chịu trách nhiệm điều hành mảng F & B và bộ phận buồng, báo cáo rục tiếp với giám đốc điều hành.

Phó giám đốc phụ trách kỹ thuật, an ninh, bảo vệ và báo cáo trực tiếp với giám đốc điều hành.

Phó giám đốc phụ trách kế toán, tài chính, trực tiếp tham mưu cho giám đốc công ty, giám đốc điều hành.

Phòng hành chính nhân sự chịu trách nhiệm về các vấn đề liên quan đến chế độ của người lao động và kết nối mọi hoạt động liên quan giữa các bộ phận, báo cáo giám đốc điều hành.

Các trưởng phòng, trưởng bộ phận chịu trách nhiệm điều phối mọi hoạt động của bộ phận mình và báo cáo với giám đốc điều hành.

Các ông/ bà phó giám đốc và các bộ phận lập quy trình quản lý và quy trình làm việc báo cáo giám đốc điều hành.

Nguyên tắc hoạt động của khách sạn: Sao Biển áp dụng hợp đồng lao động đối với tất cả mọi người từ nhân viên đến cấp quản lý (hợp đồng 2 năm).

2.1.3. Chức năng, nhiệm vụ hoạt động kinh doanh của các bộ phận trong khách sạn

Ban giám đốc: là người đứng đầu chịu trách nhiệm về toàn bộ hoạt động của khách sạn, nghiêm túc chấp hành chính cách pháp luật, các quy định của nhà nước. Vạch ra và thực hiện những mục tiêu, những phương châm, sách lược kinh doanh và kế hoạch hoạt động của khách sạn. Ban giám đốc chịu trách nhiệm đối nội, đối ngoại tổ chức cán bộ, lãnh đạo kế hoạch tiền lương, phụ trách tuyển dụng nhân viên, kiểm tra thăng chức, cất chức và thưởng phạt cán bộ quản lý. Vạch ra kế hoạch tài vụ, kế hoạch hoá tài chính

Phòng hành chính nhân sự: gồm ba nhân viên, đây cũng là một trong những bộ phận quan trọng của khách sạn làm công tác lao động tiền lương, quản lý hành chính, quản lý cán bộ công nhân viên, sắp xếp ca làm việc của nhân viên trong từng bộ phận, quản lý hồ sơ, đánh giá khen thưởng kỷ luật, phúc lợi, tuyển dụng lao động theo yêu cầu của các phòng ban, các bộ phận trong công ty.

Phòng kinh doanh tiếp thị: Có thể nói đây là bộ phận đóng vai trò rất quan

trọng trong khách sạn, khoảng 70-80% khách của khách sạn là do phòng kinh doanh trực tiếp liên lạc. Chức năng chính là tham mưu cho ban giám đốc về công tác thị trường, chính sách khuyến khích kinh doanh và các biện pháp thu hút khách, nghiên cứu đề xuất với giám đốc về chiến lược kinh doanh của công ty trong mỗi giai đoạn khác nhau. Thực hiện việc tìm hiểu thị trường, tuyên truyền, quảng bá sản phẩm dịch vụ của khách sạn với các đại lý lữ hành trong và ngoài nước, với các doanh nghiệp trên địa bàn Hải Phòng, nhằm mục đích thu hút được nhiều khách đến với khách sạn, tối đa hoá doanh thu phòng, và bán được các dịch vụ khác trong khách sạn như massage, tắm hơi... Bên cạnh đó phòng kinh doanh còn chịu trách nhiệm về việc xây dựng, tổ chức và bán các tour du lịch trong và ngoài nước. Tổ chức kí kết hợp đồng đưa đón hướng dẫn khách tham quan các điểm du lịch, hợp đồng thuê xe.

Phòng tài chính kế toán: Bộ phận này tham mưu cho ban giám đốc về tình hình tài chính của khách sạn. Là nơi cung cấp số liệu chính xác cho việc phân tích kết quả kinh doanh của khách sạn, xây dựng kế hoạch kinh doanh, chỉ đạo việc hoạch toán kế toán, kế toán giá thành, kiểm soát các chi phí của toàn bộ hoạt động khách sạn, theo dõi chặt chẽ tất cả việc thu tiền, và tính tiền vào tài khoản của khách. Mỗi ngày thường kiểm tra, vào sổ tất cả các hoá đơn chi tiêu và mua hàng của khách ở các bộ phận khác nhau trong khách sạn. Bên cạnh đó phòng tài chính còn thực hiện công tác ghi chép báo cáo, so sánh kết quả hoạt động kinh doanh giữa kỳ nhằm đưa ra phương án kinh doanh cho phù hợp. Đồng thời tham mưu cho giám đốc trong việc xây dựng kế hoạch nâng cao bậc lương, chế độ khen thưởng cho nhân viên trong khách sạn.

Bộ phận lễ tân: Đây là một bộ phận trung tâm có vai trò kết nối trong và ngoài khách sạn. Bộ phận lễ tân thực hiện nhiệm vụ cơ bản là tiếp nhận thông tin, yêu cầu từ khách về nhu cầu sử dụng các dịch vụ của khách sạn một cách trực tiếp hay gián tiếp, thông báo cho các bộ phận liên quan về dịch vụ mà khách sẽ sử dụng. Theo dõi, tiếp nhận và giải quyết những yêu cầu hay những ý kiến phản hồi của khách trong khách sạn bộ phận lễ tân có khối lượng công việc lớn nên mỗi nhân viên đảm nhiệm một khối công việc khác nhau theo chuyên môn: đặt buồng, đón tiếp, thu ngân, hỗ trợ đón tiếp.

Bộ phận kinh doanh dịch vụ ăn uống (F&B) bao gồm :

- Dịch vụ nhà hàng: sắp đặt, chuẩn bị phòng, bàn và phục vụ trực tiếp cho khách trong suốt quá trình dùng bữa của họ
- Bộ phận nhà bếp: làm nhiệm vụ chuẩn bị các món ăn, có trách nhiệm

phải đảm bảo đầy đủ các yêu cầu của cho một món ăn. Đồng thời, bộ phận nhà bếp có vai trò tạo ra thực đơn trong những đơn đặt hàng có quy mô lớn như: tiệc, hội nghị hay lễ hội ẩm thực của khách sạn.

Bộ phận buồng phòng: Thực hiện chức năng kinh doanh dịch vụ buồng ngủ, bao gồm cả tổ buồng, tổ vệ sinh, và tổ giặt là. Các nhân viên phải luôn nhiệt tình với công việc, phục vụ một cách cẩn thận, tỉ mỉ. Ngoài công việc dọn phòng, chăm sóc sức khỏe và sinh hoạt hàng ngày của khách thì các nhân viên bộ phận này còn vệ sinh tất cả các khu vực trong khách sạn như phòng hội nghị, tiệc, vệ sinh công cộng để đảm bảo cho mọi nơi trong khách sạn đều vệ sinh và sạch sẽ.

Bộ phận bảo vệ: Gồm 9 nhân viên chịu trách nhiệm về an ninh trật tự trong toàn bộ khách sạn, ngăn chặn các tệ nạn xã hội, không cho các phần tử xấu vào khách sạn. Kiểm tra giờ giấc làm việc của các nhân viên, đảm bảo an toàn tài sản của nhân viên và khách ra vào khách sạn

Bộ phận kỹ thuật, an ninh và sửa chữa: Bộ phận này gồm 8 nhân viên, vì khách sạn mới đưa vào hoạt động và vẫn đang tiếp tục hoàn thiện. Do đó công việc của bộ phận này là sửa chữa nhanh chóng, kịp thời khi các bộ phận trong khách sạn yêu cầu. Hệ thống điện, nước, an toàn, âm thanh, ánh sáng... luôn được đảm bảo cho hoạt động tốt nhất. Nên nhân viên của bộ phận này luôn thường xuyên ở khách sạn để khi có sự cố bất ngờ xảy ra thì có thể xử lý kịp thời. Thời gian khách sạn tổ chức tiệc hội nghị, tiệc cưới phòng kỹ thuật phải chuẩn bị phong treo, set up đèn, âm thanh, kết nối LCD từ sảnh lên nhà hàng, đảm bảo đầy đủ thiết bị cho buổi tiệc.

Bộ phận câu lạc bộ: Gồm 7 người thực hiện chức năng đem lại sự giải trí và thư giãn cho khách đang ở khách sạn. Nâng cao uy tín và chất lượng của khách sạn, thoả mãn nhu cầu của khách, giúp khách có cơ hội chăm sóc sức khỏe của mình cách tốt nhất. Dịch vụ này tại khách sạn Sao Biển đạt tiêu chuẩn quốc tế và luôn làm hài lòng những khách hàng khó tính nhất.

2.1.4. Hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật và trang thiết bị

Là khách sạn 4 sao mới xây dựng và đưa vào hoạt động, chính vì thế mà cơ sở vật chất của khách sạn vẫn đang được nâng cấp, bổ sung để hoàn thiện hơn và nâng cao chất lượng phục vụ của mình để xứng tầm với hạng sao mà khách sạn đang có và cũng là để vươn tới mức chất lượng cao hơn.

Khách sạn Sao Biển có ba thang máy trong đó hai thang máy dành cho khách và một thang máy dành cho nhân viên đi lại. Khách sạn có 14 tầng, gồm một tầng

hầm là nơi để xe của nhân viên và là nơi làm việc của phòng hành chính, phòng giặt là, tổ kỹ thuật.

Đại sảnh của khách sạn nằm ở tầng 1 bao gồm có quầy lễ tân, phòng khách, quầy hàng lưu niệm và cũng là nơi để các trang thiết bị thu phát sóng của khách sạn.

Khách sạn có 80 phòng đạt tiêu chuẩn quốc tế 4 sao, bao gồm các phòng: standard, deluxe standard, superior, deluxe superior, deluxe suite với các loại phòng sigle, double và twin đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách. Hệ thống phòng nghỉ được thiết kế và bố cục hài hoà, trang thiết bị hiện đại và khá đồng bộ tạo cảm giác thoải mái cho khách

Hệ thống nhà hàng và bar: khách sạn có 2 nhà hàng: Á và nhà hàng Sao Mộc (Âu) chuyên tổ chức tiệc: tiệc cưới, tiệc buffet, alacar, set menu với sức chứa tới 350 - 400 khách điều này cho thấy khả năng phục vụ khách với những hình thức khác nhau của khách sạn Sao Biển là rất lớn. Hệ thống quầy bar tại đại sảnh khách sạn, bar thư giãn, và Bar Jupiter trên tầng thượng

Hệ thống giải trí: Ở tầng 5 và tầng 6 gồm phòng tập thể hình, bể bơi 4 mùa, phòng xông hơi, massage, karaoke.

Phương tiện phục vụ khác: có bãi đỗ xe cho khách và nhân viên rộng rãi, thuận tiện. Có một đội xe taxi luôn sẵn sàng phục vụ khách bất kỳ lúc nào.

2.2. Tìm hiểu hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ tại khách sạn Sao Biển

2.2.1. Giao tiếp ứng xử với khách của bộ phận lễ tân

**** Bộ phận lễ tân khách sạn Sao Biển.***

Để gây được ấn tượng ban đầu mạnh mẽ khi tiếp xúc với khách hàng thì bộ phận lễ tân có tác động rất lớn đến hiệu quả kinh doanh của khách sạn do đó công việc của lễ tân có thể coi là một nghệ thuật phục vụ khách hàng.

Là bộ mặt của khách sạn, là nơi giao dịch với khách hàng tại chỗ. Bộ phận lễ tân là trung tâm đầu não của khách sạn, tại đây sẽ diễn ra các hoạt động: đặt phòng, đăng kí khách, trả buồng... và mọi hoạt động của khách đều hướng đến bộ phận lễ tân đồng thời là nơi thu nhận thông tin và chuyển thông tin đến các bộ phận khác.

- Vai trò của bộ phận lễ tân khách sạn:

Ấn tượng đón tiếp của khách sạn về khách sạn là rất quan trọng mà 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 khách, giao tiếp

khéo léo sẽ làm hài lòng khách ngay từ phút đầu gặp gỡ, vì vậy bộ phận lễ tân có vai trò rất quan trọng như:

Bộ phận lễ tân có chức năng như chiếc cầu nối giữa khách với các bộ phận còn lại trong khách sạn để đáp ứng và thỏa mãn mọi nhu cầu của khách. Thông qua các nghiệp vụ của mình như đặt buồng, đăng kí khách sạn, phục vụ khách trong thời gian lưu trú, thanh toán tiền khách... Bộ phận lễ tân đại diện cho các bộ phận còn lại cung cấp thông tin về các dịch vụ cho khách như dịch vụ ăn uống, dịch vụ lưu trú, dịch vụ vui chơi giải trí và các dịch vụ khác.

Bộ phận lễ tân đóng vai trò trung tâm, phối hợp hoạt động của các bộ phận khác trong khách sạn, giúp các bộ phận hoạt động một cách có kế hoạch tạo nên một guồng máy thống nhất.

Bộ phận lễ tân đóng vai trò chủ đạo trong các hoạt động phục vụ khách. Nhân viên lễ tân là người tiếp xúc với khách nhiều nhất từ khi khách đến cho tới khi khách rời khỏi khách sạn. Mọi yêu cầu của khách đều được đưa ra với nhân viên lễ tân và nhân viên lễ tân là người thực hiện các yêu cầu đó một cách trực tiếp hay gián tiếp. Do vậy nhân viên lễ tân là người chủ đạo trong hoạt động phục vụ khách.

Bộ phận lễ tân đóng vai trò quan trọng trong việc tuyên truyền, quảng cáo của khách sạn. Ngay lần tiếp xúc đầu tiên, nhân viên lễ tân đã giới thiệu quảng bá sản phẩm của khách sạn với khách phòng, buồng, tiện nghi, giá cả... Khi đó để đáp ứng nhu cầu của khách, nhân viên lễ tân có thể giới thiệu thêm về các dịch vụ có trong khách sạn để khách biết và còn đòi hỏi nhân viên lễ tân phải nắm vững các sản phẩm của khách sạn về mọi mặt và phải có khả năng giới thiệu, quảng cáo các sản phẩm đó.

Ví dụ: Nhân viên lễ tân có thể quảng cáo một buồng phòng có ban công trông ra biển, phòng đầy đủ tiện nghi, không gian thoáng mát, giá cả phù hợp...

Bộ phận lễ tân đóng vai trò cố vấn cho ban giám đốc trong việc đề ra các chiến lược, các chính sách kinh doanh trong khách sạn. Nhân viên lễ tân là người tiếp xúc trực tiếp với khách nên nắm rõ thị hiếu, sở thích và cả tâm lí của khách. Cho nên có được một nguồn thông tin tương đối đầy đủ và chính xác về khách và hành vi tiêu dùng của khách. Những thông tin này rất hữu ích cho ban giám đốc khách sạn, đề ra các chiến lược các chính sách kinh doanh phù hợp.

Bộ phận lễ tân đóng vai trò đại diện cho khách sạn trong việc mở rộng các mối liên hệ liên doanh, liên kết trong công tác thu hút khách cho khách sạn.

- Nhiệm vụ chung của bộ phận lễ tân.

Để đảm bảo được các vai trò của mình nhân viên lễ tân phải thực hiện một số nhiệm vụ cơ bản sau:

Thực hiện công việc về tiếp nhận khách như đưa đón khách, nhận và chuyển bưu điện, báo chí, hành lí...

Chuyên giao yêu cầu dịch vụ của khách với nhà hàng ăn uống, các trung tâm dịch vụ, các đại lí du lịch, các đoàn xe và các dịch vụ khác.

Điều phối các phòng cho khách ở thuê dài ngày hoặc ngắn ngày, làm thủ tục giấy tờ cho khách đến, khách đi, lập hồ sơ về khách lưu trú và phân tích các dữ liệu về khách kịp thời phản ánh với lãnh đạo về nguồn khách về tình hình tiêu thụ sản phẩm, về doanh thu, về nhu cầu của khách.

Tính toán và thu lợi trả cho các dịch vụ mà khách sạn đã cung ứng cho khách trong suốt thời gian khách lưu trú đảm bảo an toàn tính mạng và tài sản cho khách.

Kinh doanh phòng khách tức là tham gia nghiên cứu và dự đoán về tương khách sạn, tham gia vào việc định giá cho thuê phòng và lập kế hoạch thúc đẩy kinh doanh phòng khách.

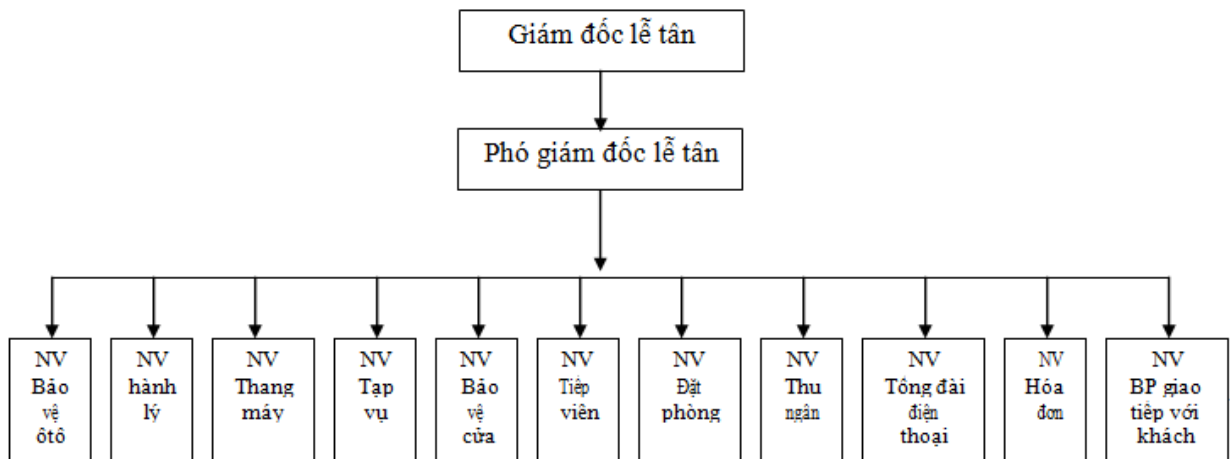
Lập ra, duy trì hệ thống máy tính nạp chính xác vào máy tính về các tư liệu như tiền thuê của khách, các dịch vụ khách sử dụng trong và ngoài khách sạn đảm bảo cho máy tính có thể tự động lưu trữ chính xác về số liệu thu thập.

Bộ phận đón tiếp luôn chủ động tiếp khách, thăm hỏi khách, xếp hành lí cho khách và các dịch vụ khác thật chu đáo, khẩn trương, thái độ nhiệt tình tạo ra không khí nghỉ ở khách sạn như nghỉ ở nhà.

Sự phân công lao động và ổn định khối lượng công việc được xác định bởi số lượng phòng tong khách sạn và phân trăm tỉ lệ sử dụng giường, thời gian lưu trú bình quân của khách.

Khách sạn càng lớn tỉ lệ sử dụng phòng càng cao thì khối lượng công việc nhiều do đó số lượng nhân lực phải tăng.

- Cơ cấu, tổ chức ở bộ phận lễ tân:



- Tiêu chuẩn tuyển dụng đối với nhân viên lễ tân.

Tuyển chọn nhân viên lễ tân rất khắt khe và ngặt nghèo. Ở những khách sạn nhiều sao, siêu hạng thế giới. Tiếp viên khách sạn phải có điều kiện gần như đối với tiếp viên hàng không bởi tiếp viên là bộ mặt của khách sạn, khách sạn càng sang trọng thì tiếp viên càng phải “thừa tài dư sắc”.

+ Yêu cầu về kỹ năng nghiệp vụ:

Phải được đào tạo về nghiệp vụ lễ tân. Nhân viên lễ tân phải có khả năng giao tiếp với khách: tinh thông, biết việc và thạo việc.

Phải nắm vững những quy định, các văn bản pháp quy của ngành du lịch và các cơ quan quản lý liên quan đến khách và kinh doanh khách sạn.

+ Yêu cầu kiến thức:

Thông thạo từ 1-2 ngoại ngữ thông dụng ở trình độ đại học.

Có năng khiếu giao tiếp lịch sự, văn minh kết hợp nhuần nhuyễn phong cách Á Đông với phong cách phương Tây.

Có kiến thức cơ bản về kế toán, thanh toán, thống kê, marketing và hành chính văn phòng.

Hiểu biết rộng về nhiều lĩnh vực văn hóa, nghệ thuật, lịch sử, địa lí...

+ Yêu cầu về đạo đức nghề nghiệp:

Ứng xử nhanh nhẹn, năng động, khôn khéo, bình tĩnh, nhẫn nại, linh hoạt trong cách ứng xử, xử lý các tình huống kể cả khi đối với khách hàng khó tính nhất.

Biết nghiêm nghị phòng vệ đúng lúc với ai đó sàm sỡ, trêu đùa mà vẫn giữ nguyên được tình cảm không để vì mình mà khách sạn mất khách.

Thẳng thắn, thật thà, cần cù, chăm chỉ có trách nhiệm với khách tuân thủ nội quy, kỉ luật của bộ phận và của khách sạn.

Văn hóa ứng xử tại khách sạn Sao Biển - Hải Phòng

Cởi mở, hiếu khách, thân ái, lịch sự và tôn trọng, sẵn sàng giúp đỡ khách trong mọi trường hợp phải tuân chỉ nguyên tắc “khách hàng không bao giờ sai”.

Nhiệt tình trong công việc và thuyết phục khách.

Có tính tập thể trong công việc, luôn sẵn sàng, hỗ trợ và giúp đỡ các nhân viên khác trong bộ phận.

+ Yêu cầu về ngoại hình, thể chất:

Ngoại hình cân đối, hấp dẫn. Hình thức ưa nhìn, có duyên, trẻ, đẹp. Tuổi đời không quá 25 tuổi. Nếu là nữ phải có nước da trắng mịn, nét mặt tươi vui, răng trắng đều, không hỏng, mặt không có tàn nhang, nốt ruồi, hạt com, mắt đen, mi dài. Trọng lượng cơ thể cân xứng với chiều cao:

Nam từ 1,65 trở lên.

Nữ từ 1,55 trở lên.

Tiếng nói của nam nữ phải dịu dàng, duyên dáng, âm điệu trong trâm, lời cuốn. Sức khỏe tốt, có kỹ năng giao tiếp. Trang phục gọn gàng, sạch sẽ.

* Giao tiếp ứng xử với khách của Bộ phận lễ tân Khách sạn Sao Biển.

Bộ phận lễ tân tại khách sạn Sao Biển gồm những người thẳng thắn, khiêm tốn, trung thực, gây được lòng tin và thiện cảm đối với khách. Trong công việc cũng như trong giao tiếp với các bộ phận khác cũng như với lãnh đạo họ luôn cư xử đúng mực, chững chạc với thái độ chân thành, cởi mở, lịch sự, thân thiện. Đặc biệt, khi phục vụ, giao tiếp với khách nhân viên lễ tân tại khách sạn không phân biệt đối xử với khách mà hết sức tôn trọng khách. Đối với khách nước ngoài, giao tiếp của bộ phận lễ tân đã thể hiện được những nét đẹp truyền thống của người Việt.

Luôn luôn đặt sự hài lòng của khách lên hàng đầu, chính vì vậy bộ phận lễ tân đã tự đặt ra mục tiêu: “Nhiệt tình chủ động đón tiếp khách, thăm hỏi khách, cung cấp các dịch vụ cho khách, tạo không khí nghỉ ở khách sạn như ở nhà. Đưa Sao Biển trở thành một khách sạn tốt nhất Hải Phòng”.

- Giai đoạn đón tiếp:

Trong quá trình giao tiếp và phục vụ khách nhân viên lễ tân phải trải qua nhiều bước, trong đó tạo cho khách sự thoải mái, vui vẻ và hài lòng ngay từ khâu đón tiếp là vô cùng quan trọng.

Nhân viên lễ tân khách sạn Sao Biển đã tạo được thiện cảm và gây được ấn tượng với khách bằng những lời chào hỏi kèm theo nụ cười tươi tắn, thân thiện, họ đón khách rất nồng nhiệt và tiếp khách một cách vui vẻ.

Sau khi chào hỏi khách, nhân viên lễ tân sẽ giới thiệu và bán phòng cho khách. Trong trường hợp khách đã đặt trước phòng nhân viên lễ tân sẽ kiểm tra lại các thông tin trong phiếu xác nhận đặt buồng để xác nhận có thông tin đặt buồng của khách. Nếu khách chưa đặt phòng trước, lễ tân căn cứ vào tình hình sử dụng buồng phòng của khách sạn để bán phòng cho khách và sau đó làm thủ tục nhập khách sạn.

Những ngày khách sạn đông khách, khách sạn không còn phòng trống nhân viên lễ tân tuyệt đối không được thờ ơ, lạnh nhạt và có thái độ không thân thiện mà phải niềm nở giới thiệu cho khách khách sạn khác phù hợp với yêu cầu của khách.

- Giai đoạn phục vụ khách:

Bộ phận lễ tân là nơi tiếp xúc với khách nhiều nhất, ấn tượng của khách về khách sạn phần nhiều là do nhân viên lễ tân tạo nên. Chính vì vậy nhân viên lễ tân tại khách sạn Sao Biển luôn phục vụ khách chu đáo, tận tình và làm khách hài lòng tối đa ở mức độ có thể. Đối với những yêu cầu của khách lễ tân tại khách sạn chịu trách nhiệm phối hợp với các bộ phận khác trong khách sạn để thỏa mãn nhu cầu của khách.

Trong quá trình phục vụ khách có rất nhiều tình huống phát sinh xảy ra. Đó là những tình huống khách phàn nàn, không hài lòng và khi đó nhiệm vụ của nhân viên lễ tân là phải giải quyết các tình huống đó sao cho khách thấy hài lòng và tránh ảnh hưởng đến uy tín của khách sạn. Việc xử lý các tình huống của lễ tân sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh và có thể làm mất đi hình ảnh đẹp trong mắt khách về khách sạn.

Sau đây là một tình huống đã được nhân viên lễ tân khách sạn Sao Biển giải quyết:

Một khách nữ là người nước ngoài(Người Mĩ) xuống bộ phận lễ tân với thái độ rất tức giận và phàn nàn:

“Tôi ở phòng 408, điều hoà phòng tôi hỏng từ hôm qua mà thời tiết oi bức như vậy, tôi rất bức mình.

Đứng trước tình huống đó, nhân viên lễ tân đã lắng nghe khách với thái độ thông cảm và chia sẻ. Sau đó, lễ tân nhẹ nhàng trả lời:

“Vâng, thành thật xin lỗi chị, bộ phận sửa chữa sẽ đến sau ít phút nữa. Cảm ơn chị và mong chị bỏ qua cho sự sơ suất đó và khách sạn sẽ xin rút kinh nghiệm”.

Lúc này, người khách đã hết tức giận và vui vẻ nói: tôi sẽ chờ trong ít phút nữa và cảm ơn lại nhân viên lễ tân.

Với sự khéo léo của mình nhân viên lễ tân đã làm khách bình tĩnh vui vẻ trở lại. Nhân viên lễ tân tại khách sạn Sao Biển luôn lắng nghe và giải quyết tốt phần nản của khách với phương châm “khách hàng luôn luôn đúng”

- Giai đoạn khách thanh toán và tiễn khách:

Khi khách trả phòng và thanh toán, nhân viên lễ tân thông báo cho các bộ phận phục vụ trong khách sạn gửi lại phiếu đã sử dụng dịch vụ để bổ sung cho hóa đơn thanh toán tổng hợp, luôn thanh toán một cách chính xác và nhanh chóng cho khách.

Trong thời gian khách lưu trú, nhân viên lễ tân khách sạn đã tạo được ấn tượng và tình cảm tốt đẹp với khách. Đến giai đoạn tiễn khách, họ vẫn thể hiện thái độ ân cần, nồng hậu như lúc đón tiếp. Khi tiễn khách, lễ tân Khách sạn Sao Biển luôn hỏi ý kiến khách về chất lượng phục vụ, giúp khách tìm phương tiện di chuyển nếu cần và câu nói không thể thiếu chào khách, chúc khách đi may mắn và hẹn gặp lại.

Họ đã đem lại sự hài lòng cho khách hàng, có rất nhiều khách hàng sau một lần ở khách sạn đã quay trở lại và trở thành khách quen của khách sạn Sao Biển.

Điều đó phần nhiều nhờ vào khả năng giao tiếp ứng xử và sự phục vụ nhiệt tình, chu đáo của nhân viên lễ tân.

2.2.2. Giao tiếp ứng xử với khách của bộ phận buồng

**** Bộ phận buồng tại khách sạn Sao Biển:***

Buồng khách sạn là nơi để khách lưu trú trong thời gian nhất định với mục đích nghỉ ngơi hoặc làm việc.

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

Bộ phận buồng phục vụ sinh hoạt của khách, giúp khách thỏa mãn được nhu cầu về ở vệ sinh, đảm bảo an toàn tính mạng và tài sản cho khách trong thời gian lưu trú... chịu trách nhiệm giữ gìn vệ sinh tại các tầng ngủ, quản lý và cung cấp đồ vải cho khách.

Bộ phận buồng của khách sạn có tất cả 50 người trong đó có 2 trưởng bộ phận, 12 nhân viên trực buồng, còn lại là nhân viên dọn phòng. Người trực buồng đều là những người tốt nghiệp đại học, có nhiệm vụ đón tiếp và

Văn hóa ứng xử tại khách sạn Sao Biển - Hải Phòng

dẫn khách vào phòng, giới thiệu về cách sử dụng các trang thiết bị trong phòng và các dịch vụ phụ trợ của khách sạn.

Khách sạn có 127 phòng:

Phân loại phòng	Diện tích	Số phòng	Giá (USD/1ngày)	Phòng đôi (USD)	Phòng đơn (USD)
Phòng cao cấp	28m ²	103	50	30	30
Dãy hạng nhất	32m ²	16	75	35	35
Dãy cao cấp	62m ²	08	150	85	85
Biệt thự	82m ²	04	1.500/tháng	1.200/tháng	

**** Giao tiếp ứng xử của nhân viên bộ phận buồng:***

Nhân viên trực buồng là những người có trình độ ngoại ngữ, luôn thực hiện tốt công việc được giao và có khả năng giao tiếp tốt. Trong phục vụ luôn ân cần, niềm nở, nhiệt tình, chu đáo.

Nhân viên dọn phòng đều là nữ giới, được đào tạo từ trường trung cấp và sơ cấp du lịch, có sức khỏe, kinh nghiệm và tính trung thực. Là người có thâm niên trong nghề, nhân viên bộ phận buồng là những người làm việc tốt, luôn thân thiện, cởi mở với khách. Tuy nhiên khả năng giao tiếp với khách là người nước ngoài vẫn còn rất hạn chế, bởi họ chỉ có nghiệp vụ dọn buồng chứ không có trình độ ngoại ngữ, chỉ biết một số sơ đẳng nên giao tiếp với khách khó khăn.

Họ luôn quan sát biển treo ngoài tay cầm chìa khóa, nếu là biển đỏ (Don't disturb me) có nghĩa là khách chưa có nhu cầu làm phòng, khi khách treo biển xanh (Please clean room) thì nhân viên dọn phòng sẽ làm phòng cho khách.

Trước tiên, họ sẽ bấm chuông 3 lần, nếu khách có ở trong phòng thì chào khách và hỏi lại khách có muốn dọn phòng không.

Trong quá trình thực hiện công việc, nhân viên khách sạn Sao Biển luôn thực hiện đúng các thao tác và yêu cầu như làm vệ sinh từ trên xuống dưới, từ trong ra ngoài:

- Vệ sinh phòng ngủ:

+ Khi dọn phòng có 2 nhân viên chuẩn bị đầy đủ vật tư, trang thiết bị cần thay trong một ngày.

+ Khi có khách xin phép hoặc làm trong lúc khách đi vắng.

+ Trước khi vào phòng mở toàn bộ cửa cho thông thoáng.

Văn hóa ứng xử tại khách sạn Sao Biển - Hải Phòng

- + Lột vỏ ga, đệm, chăn đắp, vỗ lại gối.
- + Thu dọn đồ giặt là vào túi, đồ phế thải vào sọt rác, thu cốc tách đi ngâm và rửa, lau sạch.
- + Hút bụi, lau tất cả đồ đạc trong phòng.
- Trái giường: trái vỏ đệm trước sau đó đến ga.
- Lau và đánh rửa cốc, tách để vào vị trí cũ.
- Đóng toàn bộ cửa kính, kéo rèm.
- Kiểm tra lại lần cuối về kỹ thuật.
- Vệ sinh phòng vệ sinh:
 - + Mở cửa làm thông thoáng phòng.
 - + Lau kính, gương soi và giá kính sau đó đánh chậu rửa mặt.
 - + Cọ rửa bồn tắm.
 - + Cọ rửa xung quanh phòng vệ sinh bằng xà phòng sau đó xả lại bằng nước sạch, lau khô.
 - + Bày biện lại dụng cụ: lược, xà phòng, kem và bàn chải đánh răng.
 - + Tắt đèn, đóng cửa.

Nhân viên lễ tân khách sạn Sao Biển không những làm tốt công việc của mình mà còn luôn thân thiện, cởi mở và quan tâm đến sở thích của khách. Họ có thể đặt trong phòng của khách những loại quả hay hoa theo sở thích của khách và ngược lại họ cũng tránh làm những gì không phù hợp với sở thích của khách.

Tình huống xảy ra đối với nhân viên bộ phận buồng tại khách sạn Sao Biển:

Tình huống 1: Một nhân viên buồng phòng nhặt được đồ của khách để quên tại phòng 306 trong quá trình dọn dẹp. Khách để quên một chiếc đồng hồ Patek Philippe Grand rất đẹp và đắt tiền ở dưới gối.

Ngay lúc đó, nhân viên buồng phòng ngay lập tức cho đồ vào túi niêm phong, đồng thời lập biên bản ghi rõ ngày, giờ nhặt được đồ, số phòng và tình trạng nhặt được. Đang định báo cho quản lý thì đột nhiên vị khách đó quay lại phòng và hoảng hốt tìm đồ. Chưa kịp nói gì khách đã quát vào mặt cô nhân viên: “Tôi có để chiếc đồng hồ dưới gối bây giờ lại không có nữa? Có phải cô lấy không?”. Trông vẻ mặt ông khách rất giận giữ.

Nghe to tiếng, quản lý bộ phận buồng chạy lên và cô nhân viên cũng rất bình tĩnh chứ không cãi lại khách khi khách có những lời nói khiếm nhã. Cô và quản lý đã trấn an khách, sau khi xác minh lại tài sản đúng là của vị khách đó, cô nhân viên đưa lại chiếc đồng hồ đã được niêm phong trên bàn gửi cho khách và giải thích: “Rất xin lỗi quý khách, sau khi tìm được đồ quý khách để quên

theo quy tắc tôi đã niêm phong đồ lại đồng thời lập biên bản ghi rõ ngày, giờ nhặt được đồ, số phòng và tình trạng nhặt được, khi tôi đang định mang xuống giao nộp lại cho bộ phận lưu trữ thì đúng lúc ngài quay lại. Tôi xin được gửi lại ngài đồ mà ngài đã để quên ạ.”.

“ Đây là món quà vợ tôi tặng nhân ngày sinh nhật và nó rất quan trọng với tôi”-Khách nói. Ông gửi lời cảm ơn và xin lỗi tới cô nhân viên. Tại khách sạn Sao Biển mỗi nhân viên đều có thái độ ứng xử trong mọi tình huống, bình tĩnh để giúp khách hàng hiểu ra vấn đề.

Tình huống 2:Vào buổi tối khách hàng hốt hoảng chạy xuống nói rằng trong phòng bị mất điện có thể do chập dây hoặc bóng đèn bị hỏng.

“ Tôi ở phòng 506, tôi đang gội đầu dở thì tự nhiên bị mất nước và mất điện”. Trông thái độ khách rất bức xúc, nói rất gay gắt trong tư thế ướn sững.

Đứng trước tình huống đó, nhân viên bộ phận buồng phòng nhanh chóng lấy khăn khô cho khách lau tạm. Và trả lời:” Rất xin lỗi quý khách, quý khách vui lòng đợi một chút để nhân viên lên kiểm tra lại và xem có khắc phục sự cố được ngay không ạ. Nếu sự cố không thể khắc phục được ngay thì bên em sẽ báo quản lí và sắp xếp cho chị một phòng khác và chuyển đồ đạc cho chị. Mong chị thông cảm cho sự cố vừa xảy ra”. Nhân viên bộ phận buồng đã báo ngay cho bộ phận kỹ thuật để lên kiểm tra tình hình cụ thể, sau khi kiểm tra lại và thấy không thể khắc phục được ngay, nhân viên kỹ thuật đã báo lại cho bộ phận lễ tân, bộ phận lễ tân đã ngay lập tức kiểm tra phòng còn trống và sắp xếp phòng mới cho khách.

Lúc này, vị khách đã hạ giọng xuống và vui vẻ nói: Tôi đồng ý chuyển phòng, vui lòng chuyển đồ giúp tôi và cảm ơn lại nhân viên buồng phòng.

Trong những năm gần đây (2015-2017) công suất sử dụng buồng phòng vào khoảng 80-85%. Công suất sử dụng như vậy chưa phải là cao vì vậy khách sạn cần chú trọng nâng cao hơn nữa chất lượng phục vụ, nâng cấp và hoàn thiện cơ sở vật chất kĩ thuật. Đồng thời nâng cao hiệu quả giao tiếp ứng xử cho nhân viên, bồi dưỡng trình độ ngoại ngữ cho nhân viên .

2.2.3. Giao tiếp ứng xử với khách của bộ phận nhà hàng

Bộ phận bàn được coi là đầu mối trung gian vận chuyển và phân phối món ăn, đồ uống cho khách nhằm đáp ứng nhu cầu thiết yếu về ăn uống cho khách nhằm, thực hiện chức năng tiêu thụ sản phẩm tạo doanh thu quan trọng thứ hai sau doanh thu buồng. Tính chất công việc của hoạt động phục vụ bàn là

Văn hóa ứng xử tại khách sạn Sao Biển - Hải Phòng

phức tạp mang tính “bề nổi”. Bộ phận nhà hàng là bộ phận cấu thành trong các khách sạn hiện đại, nhà hàng là nơi chế biến và tiêu thụ các sản phẩm ăn uống cho khách ở khách sạn và khách bên ngoài. Bao gồm phục vụ các món ăn Âu á, phục vụ các bữa tiệc lớn, phục vụ hội nghị, hội thảo, tiệc cưới...theo nhu cầu của khách.

Khách sạn có 2 nhà hàng: Nhà hàng Á và nhà hàng Sao Mộc.

Nhà hàng Sao Mộc

- Với mong muốn không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ và đa dạng hoá sản phẩm. Nhà hàng Sao Mộc (tầng 10) chuyên phục vụ các món ăn Âu, hải sản tươi sống...

- Được trang bị cơ sở vật chất hiện đại và sang trọng với các đầu bếp hàng đầu chắc chắn sẽ làm hài lòng Quý khách.

- Khả năng phục vụ từ 400 đến 600 khách cùng lúc, Nhà hàng là nơi lý tưởng cho việc tổ chức các bữa tiệc chiêu đãi lớn, tiệc cưới, hội nghị, hội thảo, phục vụ các đoàn khách du lịch...Nhà hàng có các phòng tiệc được thiết kế hài hoà riêng biệt.

- Nhà hàng phục 24/24 giờ tất cả các ngày

- Thực đơn và giá cả sẽ được thoả thuận theo yêu cầu của Quý khách.

Nhà hàng Á

- Nằm ở vị trí tầng G và tầng 1 của khách sạn, Nhà hàng chuyên phục vụ các món ăn Á, món ăn Hà Nội - Huế – Sài Gòn và hải sản tươi sống Cát Bà.

- Do các đầu bếp hàng đầu tại Hải Phòng chế biến và đội ngũ nhân viên được đào tạo và tuyển chọn chắc chắn sẽ làm hài lòng Quý khách.

- Với khả năng phục vụ từ 600 đến 1000 khách cùng lúc, Nhà hàng là nơi lý tưởng để phục vụ các bữa tiệc lớn, hội nghị, hội thảo,...

Với khách sạn có quy mô lớn như khách sạn Sao Biển thì bộ phận ăn uống do một giám đốc điều hành, trong đó có giám đốc phụ trách các nhà hàng, quầy bar và bộ phận tiệc. Các nhà hàng và quầy bar và bộ phận tiệc hoạt động độc lập nhưng có quan hệ mật thiết với nhau.

Trong nhà hàng thì nhân viên nhà bàn trực tiếp tiếp xúc với khách, phục vụ khách những món ăn ngon với không khí vui tươi sự phục vụ nhiệt tình, chu đáo. Điều đó sẽ giúp khách nhớ tới nhà hàng và gây được ấn tượng để khách quay lại lần sau.

Nhân viên phục vụ bàn là người trực tiếp phục vụ khách ăn uống tại bàn. Trong khách sạn Sao Biển, bộ phận nhà hàng có nhân viên chuyên phục vụ món

ăn, nhân viên chuyên phục vụ đồ uống. Họ là những người trẻ tuổi, nhanh nhẹn, lịch sự và thể hiện được tính chuyên nghiệp trong phục vụ vì phần lớn họ đều được đào tạo nghiệp vụ phục vụ. Là một khách sạn lớn và uy tín nên số lượng khách đặt tiệc và tiệc cưới khá lớn vì vậy mà cường độ lao động của nhân viên nhà bàn là rất cao nhưng họ vẫn luôn giữ được nụ cười trên môi khi phục vụ, tạo được không khí thoải mái, dễ chịu cho khách đi ăn uống bằng thái độ phục vụ niềm nở, chu đáo, cư xử nhẹ nhàng khéo léo trong giao tiếp với khách.

Tuy nhiên khả năng giao tiếp với khách nước ngoài của nhân viên nhà bàn chưa thật tốt bởi trình độ ngoại ngữ còn hạn chế, vốn từ ít so với yêu cầu. Vì vậy yêu cầu người phục vụ bàn phải bồi dưỡng, nâng cao trình độ ngoại ngữ để tạo chất lượng giao tiếp ứng xử với khách. Khi khách vào nhà hàng nhân viên phục vụ bàn bước đến gần khách, mỉm cười chào khách và dẫn khách vào bàn.

Bộ phận bàn phối hợp với bộ phận bếp để phục vụ những món ăn đồ uống theo yêu cầu của khách. Và câu nói không thể thiếu của nhân viên nhà bàn là “Chúc quý khách ngon miệng”, khi khách ăn uống người phục vụ bàn luôn đứng phía sau khách để quan sát các tín hiệu trong ăn uống, khi khách có yêu cầu gì thì có thể đáp ứng một cách nhanh chóng.

Có thể có nhiều vấn đề phát sinh trong quá trình phục vụ khách ăn uống như khách không hài lòng về thức ăn, một số khách nam sau khi đã có men rượu thì có những hành động không tôn trọng với nữ phục vụ. Với những trường hợp như trên nhân viên phục vụ phải khéo léo và nhẹ nhàng để không làm mất lòng khách và không ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh của nhà hàng.

Trong phục vụ ăn uống, nếu người phục vụ bàn có thái độ lạnh nhạt không đem lại sự hài lòng cho khách, khách sẽ không đến nhà hàng thêm một lần nào nữa.

Tình huống xảy ra tại bộ phận phục vụ nhà hàng: Khách hàng phàn nàn vì phục vụ quá chậm

Khách hàng: “ Tôi gọi món đã được 30 phút mà món ăn vẫn chưa dọn ra, chúng tôi rất là đói, tại sao anh chị lại phục vụ chậm như vậy?”- Khách hàng tỏ thái độ rất khó chịu và yêu cầu dọn món ngay lập tức.

Lúc này nhân viên nhanh chóng ra là xin lỗi khách và nói “ Xin lỗi quý khách, quý khách vui lòng dùng tạm bánh mì hoặc bánh ngọt ạ. Bộ phận nhà hàng sẽ kiểm tra lại với nhà bếp về tình trạng món ăn của khách và mang món ra ngay lập tức ạ”

Khách không nói gì thêm, đồng ý ăn tạm bánh mì và yêu cầu nhân viên phục vụ mang món với thái độ rất nhẹ nhàng. Sau bữa ăn khách đã cảm ơn nhân viên phục vụ bàn vì đã nhanh chóng đến tiếp chuyện khi có yêu cầu và khen món ăn rất ngon.

Trong trường hợp khách hàng quá đông trong khi nhân viên làm việc hết công suất nhưng vẫn không phục vụ hết nhu cầu của khách dẫn đến tình trạng khách phàn nàn vì phục vụ chậm. Cách xử lý của nhân viên đã làm khách quên đi thời gian chờ đợi quá lâu và giúp họ cảm thấy nhà hàng đang thực sự quan tâm đến sự có mặt của mình.

Tại khách sạn Sao Biển nhân viên phục vụ bàn luôn đem lại cho khách sự hài lòng bằng tác phong phục vụ nhanh nhẹn, ân cần, chu đáo, lịch sự.

2.2.4. Giao tiếp ứng xử với khách của bộ phận kinh doanh tiếp thị

Chịu trách nhiệm về kinh doanh các loại buồng, cung cấp các dịch vụ hội nghị, xúc tiến thương mại, quảng cáo và đối ngoại, tìm kiếm thị trường nguồn khách cho khách sạn...

- Phòng kinh doanh tiếp thị có chức năng:

+ Kinh doanh phòng khách: tham gia nghiên cứu và dự đoán về thị trường, tham gia vào việc định giá cho thuê phòng và lập kế hoạch kinh doanh phòng khách. Dự trù về số phòng khách và công việc cụ thể khi khách tới ăn nghỉ.

+ Phụ trách việc kinh doanh phòng họp quốc tế, nhà hàng, quây bar, phục vụ đám cưới, đám tiệc, câu lạc bộ sức khỏe, hồ bơi, sân tennis, văn phòng cho thuê, phòng tập thể dục...

+ Phát triển và giữ vững mối quan hệ với các đối tác như các công ty đại diện ở nước ngoài, các công ty hàng không, lễ hành, các đơn vị kinh doanh khác có quan hệ thu chi, chuyển khoản với khách sạn.

+ Nghiên cứu thị trường, nắm vững các thông tin và lập hồ sơ thông tin về các đối thủ cạnh tranh trên các phương diện như sản phẩm, chính sách giá cả và chương trình kinh doanh.

+ Tập hợp các tư liệu liên quan đến khách trong thời gian khách ăn nghỉ tại khách sạn để đưa vào hồ sơ lưu trữ.

+ Xác định thị trường mũi nhọn, lên kế hoạch kinh doanh, đề xuất với lãnh đạo các chính sách cụ thể, các chương trình chiến lược và khuyến mãi trong những thời điểm cụ thể.

Bộ phận này có thể tiếp xúc trực tiếp hoặc gián tiếp với khách hàng để giới thiệu các chương trình cũng như dịch vụ của khách sạn. Vì vậy thái độ ân

cần, niềm nở với khách, tạo cho khách cảm giác gần gũi thân thiện mặc dù khách chưa ở tại khách sạn. Trong suốt quá trình giao tiếp phải gây được thiện cảm từ phía khách hàng. Điều này đóng vai trò quan trọng trong việc khách có mua sản phẩm của khách sạn hay không. Ngay từ khâu tiếp xúc đầu tiên, bộ phận kinh doanh tiếp thị cần tìm hiểu nhu cầu cũng như sở thích của khách hàng để thông qua đó có thể giới thiệu sản phẩm của mình theo sự mong đợi của khách hàng. Do vậy, trong giao tiếp nhân viên kinh doanh tiếp thị phải lịch sự, khéo léo, có văn hóa.

2.2.5. Giao tiếp ứng xử với khách của các bộ phận khác trong khách sạn Sao Biển

* Bộ phận kế toán.

Phòng kế toán tài vụ cũng có chức năng phụ trách quản lý công tác tài chính như ở các công ty kinh doanh khác.

- Nhiệm vụ:

+ Kiểm tra các báo cáo thu ngân phòng khách.

+ Kiểm tra báo cáo và chứng từ của nhân viên thu ngân tại bộ phận tiền sảnh.

+ Kiểm tra các báo cáo nộp tiền của nhân viên thu ngân.

+ Vào sổ thu nhập từ khâu ẩm thực và các thu nhập khác trong ngày.

+ Đối chiếu báo biểu khách ăn nghỉ tại khách sạn, sắp xếp và kiểm tra biên lai ghi nợ.

+ Đối chiếu các báo biểu có liên quan đến kiểm tra chữ kí, mật mã và thời gian sử dụng thẻ tín dụng.

+ In báo cáo mỗi ngày để gửi lên Ban giám đốc vào sáng hôm sau.

+ Sắp xếp các chứng từ nợ của khách rời khách sạn trong ngày.

Bộ phận kế toán không trực tiếp phục vụ khách nhưng vai trò của bộ phận này lại rất quan trọng. Quá trình làm việc nhanh chóng, chính xác của bộ phận kế toán sẽ giúp cho việc thanh toán của khách mau lẹ.

Đồng thời dễ trách rắc rối và có thể xảy ra xung đột giữa khách hàng với khách sạn thì bộ phận kế toán, kiểm toán cần làm tốt công tác kiểm tra khả năng thanh toán của khách. Có không ít trường hợp trong thời gian lưu trú khách gọi những loại rượu đắt tiền hoặc sử dụng những dịch vụ cao cấp như dịch vụ giúp việc thuê nhưng lại không có khả năng thanh toán. Vì vậy kiểm toán viên trong khách sạn kiêm luôn vai trò này.

Tóm lại, bộ phận tài chính kế toán chịu trách nhiệm theo dõi mọi hoạt động tài chính của khách sạn, thực hiện các công việc kế toán, kiểm soát thu nhập và mua bán, lập các khoản tiền nộp ngân hàng, thu hồi các khoản nợ trả chậm, bảo quản tiền mặt...

* Bộ phận an ninh.

Trong ngành Khách sạn yếu tố an toàn được đặt lên hàng đầu. Làm tốt công tác bảo vệ an toàn khách sạn là tiền đề cơ bản cho mọi hoạt động khác của khách sạn. Bộ phận bảo vệ làm tốt công tác của mình chẳng những giúp các bộ phận khác của khách sạn hoạt động bình thường mà còn bảo vệ an toàn cho khách.

Nhiệm vụ chủ yếu của bộ phận này là bảo vệ lợi ích của khách sạn, tăng cường công tác bảo vệ nội bộ, đề ra các chế độ, quy định và các biện pháp an toàn có hiệu quả, tuyên truyền giáo dục pháp luật, nâng cao ý thức bảo vệ an toàn của cán bộ công nhân viên, phòng ngừa xảy ra các sự cố bất ngờ.

Bộ phận bảo vệ có nhiệm vụ bảo vệ an toàn tài sản của khách sạn, đảm bảo tính mạng và tài sản của khách không bị xâm phạm.

* Bộ phận nhân sự:

- Phòng tổ chức nhân sự có nhiệm vụ:

+ Lập ra các tiêu chuẩn tuyển dụng cán bộ với các chức danh cụ thể.

+ Lên kế hoạch đào tạo chuyên môn và nghiệp vụ đối với các nhân viên trong diện quy hoạch cán bộ nguồn và cán bộ quản lí. Đề xuất với ban Giám đốc kế hoạch bổ nhiệm.

+ Theo dõi công tác thi đua trong toàn đơn vị.

+ Lập và bảo quản hồ sơ của tất cả các cán bộ công nhân viên trong khách sạn

Đây cũng là bộ phận không giao tiếp trực tiếp với khách hàng nhưng nếu bộ phận này không làm tốt vai trò của mình là tuyển chọn những người thực sự có năng lực làm việc tại khách sạn thì quá trình giao tiếp ứng xử với khách sẽ gặp nhiều khó khăn. Để khách hàng thực sự hài lòng với sự giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ tại khách sạn. Điều này hoàn toàn phụ thuộc vào khâu tuyển dụng và đào tạo của bộ phận nhân sự. Đó là nền móng tạo nên những con người có văn hóa trong giao tiếp.

* Bộ phận sửa chữa.

Bộ phận này có nhiệm vụ giám sát và sửa chữa các trang thiết bị của khách sạn khi bị trục trặc hay hư hỏng.

2.2.6. Quy tắc “10 điểm” được áp dụng cho tất cả công nhân viên của khách sạn

Đây là “10 điểm” cần có trong giao tiếp dưới dạng các từ khóa, cần đối chiếu với bản thân để khắc phục những thiếu sót, vì nếu không sẽ không gây được thiện cảm, thậm chí còn gây ác cảm với người giao tiếp.

- Ân cần:

Trong giao tiếp tránh tỏ ra thờ ơ, lạnh nhạt hoặc có vẻ mặt khó đăm đăm, bực tức. Luôn cần thể hiện sự quan tâm và tôn trọng đối tượng giao tiếp.

- Ngay ngắn:

Trang phục hợp cách, không tùy tiện, luộm thuộm, tác phong không tỏ ra lè mề, dặt dẹo.

- Chuyên chú:

Không làm việc riêng trong giao tiếp, nhất là cắt móng tay, cắt móng chân hoặc đối với nữ là trang điểm.

- Đĩnh đạc:

Không trả lời thùng thảng, hỏi câu nào trả lời câu ấy, cách nói thiếu chủ ngữ, cộc lốc, nhát gừng.

- Đồng cảm:

Cần thể hiện cảm xúc đúng lúc, đúng chỗ, mắt luôn hướng về người đối thoại bày tỏ sự quan tâm, đồng cảm.

- Ôn hòa:

Tránh vung tay tùy tiện, đặc biệt là chỉ ngón tay về phía mặt đối tượng giao tiếp “nhịp điệu” của lời nói “đanh thép” của mình. Cần có thái độ ôn hòa.

- Rõ ràng:

Không nói quá to, kiêu nói oang oang hoặc nói quá nhiều. Tránh nói lạc đề hoặc nói quá nhỏ, kiêu lí nhí khiến người nghe phải căng tai mới nghe rõ.

- Nhiệt tình:

Thể hiện sự sẵn sàng phối hợp giúp đỡ người khác khi cần thiết. Đừng tỏ ra khó khăn, ích kỉ.

- Nhất quán:

Phải khắc phục sự bất nhất, thay đổi tùy tiện, chối phăng những điều đã nói ra hoặc dễ dàng hứa nhưng không làm theo lời hứa. Đó là loại người ai cũng muốn tránh xa.

- Khiêm nhường:

Văn hóa ứng xử tại khách sạn Sao Biển - Hải Phòng

Tránh tranh luận khi không cần thiết, hoặc thích bộc lộ sự hiểu biết, sự khôn ngoan của mình hơn người, thích dồn đối tượng giao tiếp vào thế bí để dành phần thắng về mình.

CHƯƠNG III: MỘT SỐ BIỆN PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ NHẪM NÂNG CAO HIỆU QUẢ HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ CỦA NHÂN VIÊN PHỤC VỤ TẠI KHÁCH SẠN SAO BIỂN

3.1. Phương hướng phát triển của khách sạn Sao Biển

Ngành du lịch Hải Phòng nói chung và khách sạn Sao Biển nói riêng đã thu hút được một lượng lớn khách du lịch trong nước và quốc tế. Khách sạn Sao Biển không ngừng cố gắng xây dựng phấn đấu trở thành một khách sạn tiêu biểu của thành phố. Vì thế, trong những năm qua, Ban giám đốc khách sạn không ngừng chủ trương nâng cấp, khắc phục khó khăn, tạo lập uy tín, thương hiệu trên thị trường nhằm thu hút thêm nhiều khách hàng

Về lao động, lực lượng lao động đòi hỏi có chuyên môn, ngoại ngữ, có khả năng thích ứng với cơ chế thị trường còn thiếu nhiều. Có rất nhiều cơ hội thuận lợi cho hoạt động kinh doanh của khách sạn phát triển. Đó là thị trường du lịch Việt Nam đang có bước khởi sắc sôi động hơn, thị trường du lịch Hải Phòng cũng đang có bước chuyển động tích cực, hoạt động đầu tư, thương mại, dịch vụ của thành phố đang trên đà phát triển...

Cùng với việc đầu tư xây dựng và nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật, đa dạng hóa sản phẩm, kết quả kinh doanh của khách sạn đã có nhiều kết quả khả quan. Trên cơ sở thị trường sẵn có cần đầu tư nghiên cứu thị trường mục tiêu, đầu tư hoạch định chiến lược phát triển trong năm tới. Phấn đấu xây dựng khách sạn trở thành “điểm đến an toàn” cho mọi du khách. Vì thế khách sạn Sao Biển đã đề ra một số biện pháp riêng cụ thể cho mọi nhân viên, đi sâu giáo dục ý thức nghề nghiệp cũng như đạo đức của mỗi người.

Xây dựng lòng tin yêu, tạo cho khách cảm giác “ khách sạn là nhà” phấn đấu để khách đến một lần là nhớ mãi, dần tạo ra một lượng khách hàng thường xuyên đến với khách sạn.

Nâng cao chất lượng phục vụ theo hướng đặc biệt quan tâm đến tiêu chuẩn và quyền lợi của khách hàng, đi sâu vào phục vụ từng cá nhân khách và tạo sự tâm tình với khách, bảo đảm vệ sinh môi trường và vệ sinh an toàn thực phẩm.

Xây dựng quỹ “ hỗ trợ cán bộ công nhân viên” , tạo điều kiện cho cán bộ nhân viên có hoàn cảnh khó khăn vay vốn ngân hàng để tổ chức làm kinh tế gia đình, từ đó chuyên tâm vào công việc của mình tại khách sạn.

Quan tâm đến công tác đào tạo và đào tạo lại đội ngũ nhân viên phục vụ nhằm đáp ứng được nhu cầu phục vụ ngày càng khắt khe hơn.

Tăng cường công tác lãnh đạo về mọi mặt, chú trọng hoạt động của tổ chức công đoàn, Đoàn thanh niên nhằm xây dựng đơn vị vững mạnh toàn diện.

3.2. Mục tiêu phát triển của khách sạn Sao Biển

- Phần đầu hoàn thành toàn diện và vượt mức kế hoạch công ty giao, giao các nhiệm vụ cụ thể cho từng bộ phận.
- Đảm bảo an toàn đơn vị về mọi mặt, xây dựng đơn vị đoàn kết toàn diện, nhất trí.
- Đảm bảo việc làm và cải thiện đời sống cho người lao động.
- Xây dựng tốt các phong trào văn hóa, văn nghệ, học tập.
- Phát triển nguồn nhân lực đáp ứng được yêu cầu chất lượng công việc.

3.3. Một số biện pháp và kiến nghị nhằm nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ tại khách sạn Sao Biển

Ngày nay cùng với nhịp độ phát triển của xã hội, nhiều khách sạn liên tiếp mọc lên nhằm đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi, giải trí của con người. Vì vậy để thắng được các đối thủ cạnh tranh thì hệ thống khách sạn nói chung và Khách sạn Sao Biển nói riêng phải nâng cao chất lượng phục vụ. Bởi đó là yếu tố quyết định đến sự thành công hay thất bại của một doanh nghiệp khách sạn. Chất lượng của ngành du lịch nói chung phụ thuộc lớn vào nhân tố con người, đó là yếu tố mà không một máy móc hay phương tiện nào có thể thay thế được. Nâng cao chất lượng phục vụ có nghĩa là nâng cao chất lượng giao tiếp ứng xử của người phục vụ, để tạo được hình ảnh tốt đẹp của khách sạn trong lòng khách và uy tín cho thương hiệu thì Khách sạn Sao Biển phải luôn quan tâm đến giao tiếp ứng xử của nhân viên với khách, tìm biện pháp nâng cao hiệu quả hoạt động giao tiếp của người phục vụ.

Trên cơ sở tìm hiểu hoạt động giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ tại khách sạn Sao Biển em xin nêu ra một số biện pháp góp phần nâng cao hiệu quả trong giao tiếp của người phục vụ tại Khách sạn Sao Biển:

3.3.1. Các biện pháp

3.1.1.1. Khách sạn cần đặc biệt quan tâm đến công tác tuyển dụng nhân viên

Đây là một khâu quan trọng và nó ảnh hưởng trực tiếp tới chất lượng phục vụ và hiệu quả kinh doanh của khách sạn.

Sao Biển là một khách sạn lớn vì vậy yêu cầu đối với nhân viên phục vụ cũng khắt khe hơn. Đó phải là những người được đào tạo nghiệp vụ phục vụ, có khả năng giao tiếp tốt, yêu nghề và tạo được sự hài lòng cho khách.

- Đội ngũ nhân viên lao động trong khách sạn khi tuyển chọn cần có những yêu cầu:

+ Phải được đào tạo về nghiệp vụ du lịch, là những người có chuyên môn.

+ Ứng xử nhanh nhẹn, năng động, khôn khéo, bình tĩnh, nhẫn nại, linh hoạt trong ứng xử, xử lý các tình huống kể cả khi đối với khách hàng khó tính nhất.

+ Thăng thấn, thật thà, cần cù, chăm chỉ có trách nhiệm với khách, tuân thủ nội quy, kĩ thuật của bộ phận và của khách sạn.

+ Nhiệt tình rong công việc.

+ Có tính tập thể trong công việc, luôn sẵn sàng, hỗ trợ và giúp đỡ các nhân viên khác trong bộ phận và các bộ phận khác trong khách sạn.

+ Ngoại hình khá, tuổi đời trẻ.

Đối với nhân viên trong khách sạn phải thường xuyên bồi dưỡng, nâng cao trình độ, nghiệp vụ giao tiếp ứng xử cho nhân viên, đặc biệt là bộ phận tiếp xúc trực tiếp với khách như bộ phận lễ tân, nhà hàng...

3.1.1.2. Thường xuyên kiểm tra lại trình độ nghiệp vụ của nhân viên

Hiện nay, trong Khách sạn Sao Biển nói riêng và ngành khách sạn nói chung trình độ nghiệp vụ của nhân viên đang là một vấn đề nan giải. Lực lượng lao động không có nghiệp vụ, không biết ngoại ngữ, lớn tuổi chiếm tỉ lệ rất lớn. Vì vậy biện pháp tốt nhất là nên tổ chức kinh doanh dịch vụ mới để thu hút lực lượng lao động dư thừa này làm những nghề thủ công, giặt là...đồng thời từng bước tiến hành trẻ hóa đội ngũ lao động.

Bên cạnh đó, khách sạn nên mở các lớp đào tạo nâng cao nghiệp vụ tại khách sạn để nhân viên có cơ hội học hỏi và nâng cao trình độ hoặc cử nhân viên tham gia các lớp bồi dưỡng, nâng cao nghiệp vụ do Tổng cục du lịch, Sở du lịch tổ chức.

3.1.1.3. Khách sạn cần đưa ra những quy định thưởng phạt thỏa đáng và tăng tinh thần đoàn kết

Không chỉ đối với ngành khách sạn nói riêng mà tất cả các ngành, các lĩnh vực nhân viên đều làm theo năng lực và hưởng theo lao động. Những nhân viên làm việc tốt, hiệu quả, đem lại sự hài lòng cho khách sẽ được động viên khen thưởng. Điều này sẽ khích lệ họ và làm họ cố gắng hơn nữa. Ngược lại đối với những người làm sai quy định của khách sạn, làm khách sạn phật ý thì nên phê bình, kỉ luật để họ rút kinh nghiệm. Với những quy chế như vậy sẽ khơi

dậy quyết tâm và hứng thú làm việc và chắc chắn họ sẽ nhiệt tình với công việc và phục vụ khách một cách nhiệt tình nhất.

Bộ phận quản lý tại khách sạn cũng nên thường xuyên quan tâm đến đời sống của nhân viên trong khách sạn cả về vật chất lẫn tinh thần. Tìm hiểu và giúp đỡ đối với những trường hợp gia đình khó khăn. Như vậy nhân viên sẽ có điều kiện tốt để tập chung cho công việc, muốn gắn bó lâu dài với khách sạn. Điều đặc biệt quan trọng là chế độ lương thưởng phải thỏa đáng với công sức và hiệu quả công việc mà họ thực hiện.

Đoàn kết là sức mạnh tạo nên sự thành công. Trong khách sạn cũng vậy, xây dựng không khí vui vẻ, thoải mái, chan hòa, đoàn kết giữa các cá nhân, giữa các bộ phận trong khách sạn là điều tối cần thiết. Tránh quan hệ bất hòa, xoi mói, ghen ghét nhau giữa các nhân viên trong khách sạn bởi điều đó sẽ tạo nên không khí nặng nề và sẽ ảnh hưởng trực tiếp trong quá trình phục vụ khách bởi mỗi nhân viên, mỗi bộ phận trong khách sạn là một mắt xích tạo nên chuỗi mắt xích hoàn hảo.

Đoàn kết là cầu nối các bộ phận để phục vụ khách, thỏa mãn nhu cầu của khách. Vì vậy cần tạo bầu không khí thân thiện, đoàn kết, hỗ trợ lẫn nhau trong doanh nghiệp, thống nhất, tin tưởng và hỗ trợ nhau, thái độ nghiêm túc trong công việc, điều kiện làm việc thích hợp và các yếu tố cơ bản quyết định bầu không khí thân thiện trong nội bộ doanh nghiệp.

3.1.1.4. Tổ chức các hội thảo, đặt ra các tình huống để mọi người giải quyết nhằm nâng cao hiệu quả giao tiếp ứng xử cho cán bộ công nhân viên

- 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, tạo ra các tình huống 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.

- 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.

3.3.2. Kiến nghị

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:

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

+ 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...

- Ban lãnh đạo cần 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. 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 đề 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 sử dụng đúng biển tên phạt (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...

- 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 kỹ 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 kỹ, cần tuyển dụng những nhân viên có trình độ chuyên môn, nghiệp vụ, khả năng thích ứng 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 Sao Biển vẫn còn những cá nhân làm ảnh hưởng tới hình ảnh của khách sạn bằng thái độ thờ ơ hững hờ 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 Sao Biển. 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 Sao Biển 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

Văn hóa ứng xử tại khách sạn Sao Biển - Hải Phòng

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.

KẾT LUẬN

Hiện nay ngành kinh doanh khách sạn được coi là ngành kinh tế mũi nhọn, một ngành “công nghiệp không khói” của Việt Nam, hay theo cách ví von thì kinh doanh khách sạn hiện nay được coi là “con gà đẻ trứng vàng”, góp phần không nhỏ vào việc thúc đẩy quá trình phát triển kinh tế xã hội nước nhà, đưa nền kinh tế Việt Nam hoà nhập với nền kinh tế khu vực và thế giới.

Giao tiếp ứng xử không những giúp con người gần gũi nhau hơn mà đó còn là một yếu tố quan trọng tạo nên sự thành công của một con người hay một doanh nghiệp. Đặc biệt trong ngành du lịch nói chung và hoạt động kinh doanh của khách sạn Sao Biển nói riêng giao tiếp ứng xử mang tính quyết định đối với chất lượng phục vụ.

Khách sạn Sao Biển là một khách sạn tiêu biểu của thành phố Hải Phòng, nó khẳng định được vị thế của mình trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn. Khách du lịch trong và ngoài nước đã dần quen với cái tên Khách sạn Sao Biển Hải Phòng. Với nhiều khách họ coi đây là ngôi nhà thứ hai của mình trong những chuyến công tác xa nhà. Khách sạn Sao Biển hấp dẫn du khách không chỉ bởi vẻ bề ngoài mà còn bởi các dịch vụ thể mạnh của khách sạn: Lưu trú, nhà hàng, câu lạc bộ và sự phục vụ nhiệt tình và đầy tính chuyên nghiệp của nhân viên khách sạn. Vì vậy mà hình ảnh khách sạn Sao Biển Hải Phòng là hình ảnh đẹp trong lòng khách mỗi khi đến đây. Sao Biển là một khách sạn tầm cỡ, đối tượng khách chủ yếu là những người có khả năng thanh toán cao đồng thời cũng có yêu cầu và đánh giá khắt khe về giao tiếp ứng xử trong phục vụ.

Khả năng giao tiếp ứng xử của nhân viên phục vụ tại khách sạn Sao Biển là khá tốt, đem lại sự hài lòng và tình cảm tốt đẹp trong lòng mỗi du khách khi đến đây. Mặc dù vẫn còn một số hạn chế cần khắc phục nhưng nhìn chung hệ thống bộ máy nhân sự của khách sạn đã tương đối ổn định, các bộ phận, phòng ban trong khách sạn có thể được ví như một cỗ máy và không thể thiếu bất cứ một chiếc đinh ốc nào trong cỗ máy đó. Sự thành công của một bộ phận là sự thành công chung của cả khách sạn. Đó là nền tảng mang đến sự thành công của khách sạn Sao Biển.

Một lần nữa, em xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đối với các thầy cô giáo nhà trường, ban lãnh đạo khách sạn cùng các cô chú, anh chị đang công tác tại Khách sạn Sao Biển đã giúp đỡ và tạo điều kiện để hoàn thành khóa luận này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phạm Thị Cúc – *Giáo trình lý thuyết nghiệp vụ lễ tân* - NXB Hà Nội, 2005
2. Đỗ Minh Cương - *Văn hoá kinh doanh và triết lý kinh doanh* - Nhà xuất bản Chính trị Quốc Gia Hà Nội, 2001
3. Trịnh Xuân Dũng – *Giáo trình quản lý kinh doanh khách sạn* – NXB ĐHQG Hà Nội, 1999
4. PGSTS Dương Thị Liễu - *Bài giảng văn hoá kinh doanh* - NXB- Đại học kinh tế Quốc Dân – Hà Nội, 2006
5. Nguyễn Văn Mạnh - Hoàng Thị Lan Hương “*Giáo trình quản trị kinh doanh khách sạn*” Trường đại học Kinh Tế Quốc Dân – Khoa du lịch và khách sạn, NXB Lao động Xã hội Hà Nội, 2005
6. Trần Ngọc Thêm - *Cơ sở văn hoá Việt Nam* - NXB Giáo Dục, tái bản lần 2, 1999
7. Nguyễn Chí Tinh - *Văn hoá và phát triển, tạp chí Thông tin khoa học xã hội, số 2,3 và 4/2001*
8. Tạ Duy Trinh - *Tuyên truyền về đầu tư, phát triển du lịch Hải Phòng*
9. Ủy ban quốc gia về thập kỉ phát triển văn hóa - Thập kỉ thế giới phát triển văn hoá, Nhà xuất bản, Bộ văn hoá –Thông tin & Thể thao, Hà Nội ,1992
10. <https://seastarshotel.vn/>
11. Lê Thị Bùng - *Tâm Lí học ứng xử* - NXB giáo dục.