

BÁO CÁO THỰC TẬP TỐT NGHIỆP

NHỮNG GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG TẠI KHÁCH SẠN NORTHERN SAIGON

Ngành: **QUẢN TRỊ KHÁCH SẠN**

Giảng viên hướng dẫn: PGS. TS. Nguyễn Quyết Thắng

Sinh viên thực hiện: Nguyễn Thị Kim Loan

MSSV: 1411190677

Lớp: 15DKS01

TP. Hồ Chí Minh, 2019



KHOA QTDL – NH – KS

LỜI CAM ĐOAN

Em tên Nguyễn Thị Kim Loan xin cam đoan các số liệu, thông tin sử dụng trong bài Báo cáo tốt nghiệp này được thu thập từ nguồn thực tế tại Công ty, trên các sách báo khoa học chuyên ngành (*có trích dẫn đầy đủ và theo đúng qui định*) ; Nội dung trong báo cáo này do kinh nghiệm của bản thân được rút ra từ quá trình nghiên cứu và thực tế tại khách sạn Northern Saigon **KHÔNG SAO CHÉP** từ các nguồn tài liệu, báo cáo khác.

Nếu sai sót Em xin hoàn toàn chịu trách nhiệm theo qui định của Nhà Trường và Pháp luật.

Sinh viên

(ký tên, ghi đầy đủ họ tên)

LỜI CẢM ƠN

Đầu tiên em xin chân thành cảm ơn quý thầy cô trường Đại học Công nghệ TP Hồ Chí Minh, đặc biệt là các thầy cô khoa Quản trị Du lịch Nhà hàng Khách sạn đã tận tình truyền đạt kiến thức cho em trong 4 năm qua. Em cũng bày tỏ sự biết ơn đến thầy PGS. TS. Nguyễn Quyết Thắng là người trực tiếp hướng dẫn sửa chữa góp ý cho bài báo cáo của em từ khi phác thảo đến khi hoàn thành.

Qua đây em cũng xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến ban lãnh đạo khách sạn Northern Saigon, chị Lại Thị Út trưởng bộ phận buồng phòng đã tạo điều kiện cho em được thực tập trong một môi trường chuyên nghiệp, thân thiện đồng thời cung cấp cho em những thông tin bổ ích giúp em hoàn thành bài báo cáo tốt nghiệp này. Đồng thời em cũng xin cảm ơn chị Võ Thị Hạnh là người trực tiếp hướng dẫn em những kiến thức chuyên môn và các anh chị trong khách sạn đã tạo một bầu không khí thân ái thoải mái trong công việc và giúp đỡ em trong quá trình em thực tập tại đây.

Nhân dịp này em kính chúc quý thầy cô trường Đại học công nghệ TP Hồ Chí Minh cùng các anh chị trong khách sạn thật nhiều sức khỏe. Kính chúc thầy PGS. TS. Nguyễn Quyết Thắng mạnh khỏe để giảng dạy và tiếp tục cống hiến cho sự nghiệp giáo dục. Một lần nữa xin chân thành cảm ơn!

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

NHẬN XÉT CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP

Họ và tên sinh viên :

MSSV :

Lớp :

1. Thời gian thực tập

2. Bộ phận thực tập

3. Tinh thần trách nhiệm với công việc và ý thức chấp hành kỷ luật

4. Nhận xét chung

Tp.HCM, ngày tháng năm 20.....

Đơn vị thực tập

(Ký, ghi rõ họ tên và đóng dấu)

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

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN**Họ và tên sinh viên :****MSSV :****Lớp :****Nhận xét chung****Điểm BCTN (Điểm số và điểm chữ)***Tp.HCM, ngày tháng năm 20.....***Giảng viên hướng dẫn***(Ký, ghi rõ họ tên)*

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
NHẬN XÉT CỦA ĐƠN VỊ THỰC TẬP	iii
NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN	iv
MỤC LỤC	v
DANH MỤC BẢNG	ix
DANH MỤC HÌNH ẢNH	x
LỜI MỞ ĐẦU	1
1 Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	2
3. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu	2
4. Phương pháp nghiên cứu	2
5. Kết cấu của đề tài	3
CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG	4
1.1 Khái niệm và đặc điểm về chất lượng dịch vụ buồng	4
1.1.1 Khái niệm và đặc điểm bộ phận buồng (housekeeping)	4
1.1.1.1 Khái niệm về bộ phận buồng	4
1.1.1.2 Đặc điểm hoạt động phục vụ buồng	4
1.1.2 Khái niệm về chất lượng dịch vụ buồng	8
1.1.3 Đặc điểm của chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng	10
1.2. Quy trình và ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng phục vụ phòng	12
1.2.1. Quy trình phục vụ buồng trong kinh doanh khách sạn	12
1.2.2. Ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng phục vụ buồng	13
1.3 Một số nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng	13
1.3.1 Nhân tố khách quan	13
1.3.1.1 Sự cảm nhận của khách hàng	13
1.3.1.2 Mức độ cạnh tranh trên thị trường	14
1.3.1.3 Đối thủ cạnh tranh của khách sạn	14

1.3.1.4 Sự phát triển của khoa học kỹ thuật	15
1.3.1.5. Hệ thống chính sách pháp quy của Nhà nước, của ngành Du lịch	15
1.3.2 Nhân tố chủ quan	16
1.3.2.1 Cơ sở vật chất kỹ thuật	16
1.3.2.2 Chất lượng đội ngũ lao động	16
1.3.2.3 Quy trình phục vụ	17
1.3.2.4 Hệ thống giám sát kiểm tra chất lượng phục vụ	17
1.3.2.5 Giá cả của dịch vụ	18
1.3.2.6 Một số yếu tố khác	18
1.4 Các phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ buồng	19
1.4.1 Đánh giá thông qua các chỉ tiêu kinh doanh	19
1.4.2 Thông qua điều tra khảo sát	20
1.4.3 Phương pháp “người khách hàng bí ẩn”	21
1.5. Kinh nghiệm của một số khách sạn về nâng cao chất lượng phục vụ buồng.	21
KẾT LUẬN CHƯƠNG 1	24
Chương 2 : THỰC TRẠNG CÔNG TÁC NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ BỘ PHẬN BUỒNG TẠI KHÁCH SẠN NORTHERN SAIGON	25
2.1. Giới thiệu về Khách sạn Northern Saigon và bộ phận buồng	25
2.1.1. Giới thiệu về khách sạn Northern Saigon	25
2.1.1.1. Vị trí của khách sạn	25
2.1.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển	25
2.1.3. Số lượng dịch vụ trong khách sạn	27
2.1.4. Cơ cấu vật chất và trang thiết bị tại khách sạn	29
2.1.5. Cơ sở vật chất trang thiết bị	29
2.1.6. Cơ cấu tổ chức khách sạn	31
2.1.6.1 Sơ đồ cơ cấu tổ chức của khách sạn Northern Saigon	31
2.1.6.2 Nhiệm vụ và chức năng của các phòng ban:	32
2.1.7. Kết quả kinh doanh bộ phận phòng tại khách sạn Northern Saigon	34
2.1.8. Giới thiệu về bộ phận Housekeeping của khách sạn Northern Saigon	36
2.1.8.1. Cơ cấu tổ chức nhân sự của bộ phận Housekeeping	36
2.1.8.2. Chức năng và nhiệm vụ của từng chức danh thuộc bộ phận Housekeeping	38

2.1.8.3. Mối quan hệ giữa bộ phận Housekeeping với các bộ phận khác	41
2.2. Đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ tại khách sạn Northern Saigon	42
2.2.1. Chất lượng cơ sở vật chất, trang thiết bị khách sạn	42
2.2.1.1. Trang thiết bị, tiện nghi trong buồng ngủ	42
2.2.1.2. Trang thiết bị phòng vệ sinh trong buồng ngủ	45
2.2.1.3. Trang thiết bị, tiện nghi khác	46
2.2.2. Chất lượng đội ngũ lao động trong khách sạn	46
2.2.3. Quy trình phục vụ phòng của Bộ phận Housekeeping trong khách sạn	48
2.2.4 Giá cả	54
2.2.5. Về hệ thống kiểm tra, giám sát chất lượng dịch vụ	55
2.2.5.1. Hiểu biết nhu cầu mong đợi của khách hàng	55
2.2.5.2. Thiết lập tiêu chuẩn dịch vụ	56
2.2.6. Các công tác khác	57
<i>Giờ kiểm tra</i>	58
<i>Ghi chú</i>	58
201	58
202	58
203	58
...	58
2.3. Hạn chế và nguyên nhân tồn tại	58
2.3.1. Hạn chế	58
2.3.2. Nguyên nhân tồn tại	58
KẾT LUẬN CHƯƠNG 2	59
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ PHÒNG TẠI KHÁCH SẠN NORTHERN SAIGON	60
3.1 Phương hướng phát triển của khách sạn và bộ phận buồng - Khách sạn Northern Saigon	60
3.1.1 Phương hướng phát triển kinh doanh của khách sạn Northern Saigon	60
3.1.2 Phương hướng phát triển kinh doanh lưu trú tại khách sạn Northern Saigon.	61
3.2. Các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng- khách sạn Northern Saigon	62

3.2.1. Giải pháp về việc hoàn thiện cơ chế chính sách cho việc thúc đẩy việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng	62
3.2.2 Giải pháp hoàn thiện cơ sở vật chất kĩ thuật cho khách sạn	63
3.2.3 Giải pháp về việc nâng cao chất lượng đội ngũ lao động	63
3.2.3.1 Bồi dưỡng và nâng cao nghiệp vụ chuyên môn	63
3.2.3.2 Bồi dưỡng nâng cao trình độ ngoại ngữ và kỹ năng giao tiếp	64
3.2.4 Giải pháp về việc xây dựng và thiết lập tiêu chuẩn dịch vụ	65
3.2.5 Giải pháp xây dựng hệ thống kiểm tra, giám sát chất lượng dịch vụ	66
3.2.6 Các giải pháp khác	67
3.2.6.1 Giải pháp giúp đánh giá chất lượng dịch vụ buồng	67
3.2.6.2 Giải pháp nâng cao môi trường làm việc	68
3.2.6.3 Tìm hiểu nhu cầu của khách hàng và chính sách chăm sóc khách hàng	68
3.2.6.4 Chú trọng sự hợp lí giữa giá cả và chất lượng phòng	69
3.2.6.5 Kỹ năng xử lí than phiền cho nhân viên và nhà quản trị	70
KẾT LUẬN CHƯƠNG 3	71
KẾT LUẬN	72
TÀI LIỆU THAM KHẢO	73

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1: Các loại phòng tại khách sạn Northern Saigon	29
Bảng 2.2: Cơ sở vật chất kỹ thuật của Khách sạn Northern Saigon.	29
Bảng 2.3: Kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn Northern Saigon giai đoạn 2016- 2018	35
Bảng 2.4: Cơ cấu nguồn khách của khách sạn Northern Saigon giai đoạn 2017-2018	36
Bảng 2.5: Nhân sự tại bộ phận buồng	47
Bảng 2.6: Giá phòng tại khách sạn Northern Saigon	54
Bảng 2.7: Phiếu kiểm tra phòng của trưởng bộ phận	58
Bảng 3.1: Phương hướng phát triển kinh doanh của khách sạn Northern Saigon năm 2017-2018	60
Bảng 3.2: Bảng đề xuất khóa học dự kiến về nâng cao trình độ ngoại ngữ	65
Bảng 3.3: Mẫu thông kê ý kiến của khách hàng tháng X	69
Bảng 3.4: Đề xuất chương trình khuyến mãi cho khách thân thiết và khách đoàn	70

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1: Mô hình về chất lượng dịch vụ	9
Hình 1.2: Quy trình phục vụ buồng	12
Hình 2.1: logo khách sạn	25
Hình 2.2: Cơ cấu tổ chức ở khách sạn Northern Saigon	31
Hình 2.3: Sơ đồ tổ chức trong bộ phận buồng phòng	37

LỜI MỞ ĐẦU

1 Tính cấp thiết của đề tài

Trong xu thế toàn cầu hóa hiện nay, đã mở ra một sân chơi mà mọi sự ngăn cách rào cản đều bị phá bỏ thay vào đó là sự bắt tay nhau cùng phát triển. Việt Nam cũng không đứng ngoài cuộc và đã hòa mình vào vòng quay ấy, kết quả cho sự hòa nhập này là sự thay da đổi thịt từng ngày trong kinh tế đất nước. Bên cạnh đó Việt Nam có nhiều danh lam thắng cảnh đẹp một nền văn hóa độc đáo với lịch sử hào hùng của dân tộc, vì lẽ đó mà cánh cổng Việt Nam ngày càng chào đón được nhiều bạn bè quốc tế đến Việt Nam tham quan du lịch, làm ăn với thời gian lưu trú dài mở ra cho Việt Nam một cơ hội phát triển mạnh về ngành dịch vụ lưu trú. Nắm bắt được thời cơ này nên các cơ sở kinh doanh lưu trú tại Việt Nam mọc lên như nấm sau mưa đặt biệt là tại thành phố Hồ Chí Minh nhiều khách sạn được xây dựng, tạo nên một thị trường cạnh tranh khốc liệt. Chính vì vậy ngay trong nội bộ bản thân mỗi cơ sở kinh doanh lưu trú luôn tự làm mới mình bằng cách nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ của mình để tăng khả năng cạnh tranh.

Một trong số khách sạn có thiết kế đặc biệt tại thành phố Hồ Chí Minh là Signature Boutique Hotel hoạt động với phương châm “luôn đề cao chất lượng, lấy khách hàng làm trọng tâm”. Chính vì điều này mà chất lượng dịch vụ phòng, đội ngũ nhân viên, trang thiết bị tiện nghi luôn được khách sạn đào tạo bài bản và trang bị nhằm tạo ra sản phẩm chất lượng tốt nhất. Bên cạnh đó, nhận thấy sự cạnh tranh trên thị trường khi càng nhiều khách sạn mới xuất hiện, điều này khiến cho “chiếc bánh ngọt” bị chia nhỏ và để giành được phần nhiều trong “chiếc bánh ngọt” này buộc khách sạn phải vận động, phải nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ của mình để đáp ứng được nhu cầu ngày càng cao của khách hàng và để đứng vững trên thị trường.

Khách sạn Northern Saigon là khách sạn đạt tiêu chuẩn 4 sao đã và đang cố gắng để có thể nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Qua quan sát, điều tra ý kiến của khách hàng, thực tập tại khách sạn em nhận thấy khách sạn Northern Saigon thực sự coi chất lượng dịch vụ như một lợi thế cạnh tranh trên thị trường. Mặc dù có nhiều lợi thế trong kinh doanh dịch vụ lưu

trú nhưng khách sạn vẫn chưa tận dụng được hết, vẫn còn hạn chế về chất lượng dịch vụ buồng. Để đóng góp một phần nhỏ vào việc cải tiến hoàn thiện chất lượng dịch vụ, thu hút khách và đẩy mạnh hoạt động kinh doanh hiệu quả của khách sạn nên em đã chọn đề tài: **“Những giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn Northern Saigon.”** làm đề tài báo cáo tốt nghiệp.

2. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu chính của việc nghiên cứu đề tài đó là dựa trên những cơ sở lí luận và kinh nghiệm thực tập tại khách sạn đưa ra những giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng nhằm thu hút khách hàng đến với khách sạn và tạo ra sự trung thành của khách hàng đối với khách sạn.

Cụ thể là các mục tiêu sau:

Hệ thống hóa lý luận về chất lượng dịch vụ phòng trong hoạt động kinh doanh khách sạn du lịch.

Nghiên cứu và đánh giá thực trạng chất lượng phục vụ buồng tại khách sạn Northern Saigon nhằm tìm ra những mặt tồn tại và nguyên nhân của những mặt hạn chế. Xây dựng mô hình nghiên cứu và đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn Northern Saigon.

Đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn Northern Saigon.

3. Phạm vi và đối tượng nghiên cứu

Về nội dung nghiên cứu: Các vấn đề và yếu tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn Northern Saigon.

Về không gian: đề tài nghiên cứu hoạt động cung ứng dịch vụ buồng tại khách sạn Northern Saigon.

Về thời gian: Chuyên đề sử dụng số liệu do khách sạn cung cấp từ năm 2016 đến năm 2018 cùng với sinh viên thống kê tổng hợp tại bộ phận trong thời gian thực tập tại khách sạn

Về đối tượng nghiên cứu: Các vấn đề về lý luận và thực tế liên quan đến chất lượng dịch vụ buồng và đưa ra các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn Northern Saigon.

4. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp quan sát: Quan sát các bộ phận trong khách sạn và cách thức làm việc của nhân viên trong bộ phận buồng.

Phương pháp thu thập xử lý thông tin: Phân tích đánh giá nhận xét dựa trên số liệu mà khách sạn cung cấp cùng với số liệu thu được từ khách hàng.

Phương pháp phân tích và tổng hợp: Các thông tin, tư liệu được sử dụng xuyên suốt đề tài.

Ngoài ra còn sử dụng một số phương pháp sau: Phỏng vấn trực tiếp, phương pháp so sánh và kết hợp giữa lý luận và thực tiễn bằng việc phân tích hệ thống hóa...

5. Kết cấu của đề tài

Chương 1: Cơ sở lý luận về nâng cao chất lượng dịch vụ buồng

Chương 2: Thực trạng công tác và nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn Northern Saigon.

Chương 3: Những giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn Northern Saigon.

CHƯƠNG 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ BUỒNG

1.1 Khái niệm và đặc điểm về chất lượng dịch vụ buồng

1.1.1 Khái niệm và đặc điểm bộ phận buồng (housekeeping)

1.1.1.1 Khái niệm về bộ phận buồng

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 hay còn gọi là bộ phận housekeeping là một trong những bộ phận quan trọng nhất trong khách sạn. Bộ phận này thực hiện những trọng trách hết sức quan trọng là vệ sinh phòng ốc, đảm bảo điều kiện vật chất cho việc nghỉ ngơi của khách trong thời gian họ lưu trú tại khách sạn và cung cấp những dịch vụ cần thiết gắn liền với việc nghỉ ngơi để nó diễn ra thật hoàn hảo. Đồng thời cũng làm vệ sinh làm mới các phòng ốc ở giai đoạn chuẩn bị đón khách hay khi khách đã rời khách sạn. Bảo quản các đồ dùng và trang thiết bị tiện nghi trong phòng ốc, vệ sinh tất cả các không gian sinh hoạt và khu vực khác trong phạm vi khách sạn. Mọi thứ phải được đảm bảo trong tình trạng vệ sinh tốt nhất và phù hợp với tiêu chuẩn của từng khách sạn.

Có nhiều cách diễn giải về bộ phận buồng, theo Pizam & Holcomb (2008:139): “Bộ phận buồng là bộ phận lớn nhất trong một khách sạn chịu trách nhiệm phòng vệ sinh, hành lang, khu vực công cộng và thực tế là tất cả các khu vực của một khách sạn bao gồm cả nhà bếp. Vị trí trong bộ phận này bao gồm nhân viên vệ sinh phòng, hỗ trợ phòng (housemen), kiểm tra, vệ sinh hành lang, nhân viên giặt ủi. Trong hầu hết các khách sạn người quản đốc buồng (executive housekeeper) điều hành bộ phận này.”

1.1.1.2 Đặc điểm hoạt động phục vụ buồng

Dịch vụ phòng mang đầy đủ các đặc điểm của sản phẩm dịch vụ, bao gồm 7 đặc điểm cơ bản dưới đây:

a. *Tính vô hình một cách tương đối*: Không giống như các sản phẩm hàng hoá thông thường, trước khi mua khách hàng có thể nghiên cứu về các thuộc tính của hàng hoá đó và sau khi mua khách hàng được sở hữu chúng, cầm nắm và mang

đi được còn đối với sản phẩm dịch vụ thì hiếm khi khách hàng nhận được một sản phẩm thực từ kết quả của hoạt động dịch vụ, kết quả thường là sự trải qua hơn là sự sở hữu.

Dịch vụ phòng cũng vậy, khi khách lưu trú tại khách sạn, khách sẽ được hưởng các dịch vụ trong phòng như được nằm ngủ trên chiếc giường trải ga trắng tinh, sạch sẽ và êm ái, được nghỉ ngơi trong không gian yên tĩnh, được trang trí đẹp, phòng được dọn dẹp hàng ngày,...nhưng khi rời khỏi khách sạn thì khách hàng dù muốn cũng không thể mang những thứ tuyệt vời trên đi được, những thứ đó mãi mãi thuộc về khách sạn. Vậy khách hàng đã nhận được những gì? Cái mà họ nhận được đó là khoảng thời gian nghỉ ngơi, thư giãn tại khách sạn mà sau đó họ cảm thấy khoẻ khoắn hơn, hưng phấn hơn, vui và trẻ hơn. Đó chính là tính vô hình của dịch vụ phòng hay dịch vụ nói chung. Tuy nhiên, dịch vụ hay dịch vụ phòng vẫn tồn tại những yếu tố hữu hình đó là cơ sở vật chất trong khách sạn, trang thiết bị, tiện nghi trong phòng. Đây là những cái khách hàng có thể nhìn thấy và đánh giá chất lượng của chúng, từ đó họ sẽ đưa ra các kết luận về chất lượng dịch vụ phòng hay chất lượng dịch vụ trong khách sạn nói chung.

Do đó, cách tốt nhất để khắc phục tính vô hình của dịch vụ phòng là phải làm tăng các yếu tố hữu hình nhằm làm tăng tính thuyết phục đối với khách hàng. Cụ thể là, khách sạn cần đầu tư vào hệ thống cơ sở vật chất, các trang thiết bị sang trọng có tính thẩm mỹ cao, làm kích thích cảm giác của khách hàng đồng thời tạo niềm tin và sự an toàn nơi họ.

b. *Tính đồng thời của sản xuất và tiêu dùng dịch vụ:* Với sản phẩm dịch vụ thì cung cầu không thể tách rời nhau do tính đồng thời của sản xuất và tiêu dùng, điều này có nghĩa là khi khách hàng có nhu cầu thì lúc đó quá trình sản xuất mới diễn ra và sản xuất đến đâu tiêu dùng đến đó hoặc sản xuất chỉ diễn ra trước đó ít phút. Quá trình sản xuất và tiêu dùng diễn ra tại cùng một thời điểm và cùng một địa điểm. Đây cũng là điểm khác biệt với hàng hoá thông thường hầu hết phải trải qua ba khâu sản xuất, lưu thông, tiêu dùng và giữa quá trình sản xuất và tiêu dùng bao giờ cũng có sự tách biệt về không gian và thời gian. Cũng chính bởi đặc điểm này khiến cho người tiêu dùng khó có thể kiểm tra sản phẩm hỏng và đối với người phục vụ cũng khó khăn trong việc sửa sai khi cung cấp dịch vụ.

Sản phẩm dịch vụ chỉ được sản xuất khi có yêu cầu của khách hàng. Chính vì vậy, có thể xem khách hàng là “nguyên liệu đầu vào” của quá trình sản xuất và cung ứng sản phẩm dịch vụ. Để thoả mãn yêu cầu của khách hàng về sản phẩm dịch vụ là điều không thể biết trước nên việc sai hỏng là rất khó tránh khỏi, chính vì thế để tỷ lệ này là thấp nhất có thể các nhà cung cấp cần xây dựng sẵn các biện pháp để khắc phục những trường hợp xấu có thể xảy ra bên cạnh việc tạo ra sản phẩm. Để làm được điều này thì các nhà quản lý khách sạn cần phải xây dựng một quy trình rõ ràng, linh hoạt trong mọi tình huống và yêu cầu khác nhau của khách hàng. Cụ thể, đòi hỏi đội ngũ nhân viên phải có trình độ chuyên môn nghiệp vụ tốt, hiểu và nắm rõ các bước của quy trình sản xuất và cung ứng sản phẩm dịch vụ.

c. *Sự tham gia của khách hàng trong quá trình tạo ra dịch vụ:* Như đã nói ở trên, khách hàng được xem như là “nguyên liệu đầu vào” của quá trình sản xuất và cung ứng sản phẩm dịch vụ. Không có các yêu cầu của khách hàng đồng nghĩa với việc sẽ không có nguồn cầu thì tất yếu sẽ không có nguồn cung. Nhà sản xuất không có cơ sở để tạo ra các sản phẩm dịch vụ hoặc nếu có tạo ra thì sẽ không có đối tượng phục vụ. Như thế sẽ không tồn tại cái gọi là “dịch vụ”. Cụ thể hơn với dịch vụ phòng, khi khách hàng đến khách sạn, họ đưa ra yêu cầu muốn đặt phòng để nghỉ thì khi đó các dịch vụ phòng như là dọn dẹp phòng, thay ga gối, hút bụi, giặt là... mới bắt đầu được thực hiện thường xuyên hơn. Và trong quá trình khách hàng nghỉ ngơi tại khách sạn cũng là khoảng thời gian quá trình dịch vụ đang diễn ra và khách hàng là người đang tham gia vào quá trình sản xuất cùng với các nhân viên của khách sạn hoặc là về mặt trí tuệ hay là về mức độ tình cảm.

Khách hàng không chỉ tham gia vào quá trình tạo ra dịch vụ với vai trò là người tiêu dùng dịch vụ mà còn đóng vai trò như một yếu tố đầu vào không thể thiếu. Như vậy, sự có mặt của khách hàng là rất quan trọng và sự tham gia của khách hàng có ý nghĩa quyết định trong việc tạo ra sản phẩm dịch vụ. Tuy nhiên để khách hàng nói lên những yêu cầu của họ thì phía các nhà cung ứng cần phải khảo sát, phân tích và nghiên cứu nhu cầu của khách hàng một cách kỹ lưỡng để xây dựng chính sách sản phẩm dịch vụ cho khách sạn.

d. *Tính không đồng nhất:* Thông thường dịch vụ bị cá nhân hoá nên rất khó đưa ra các tiêu chuẩn dịch vụ. Mỗi khách hàng có thói quen, sở thích không

giống nhau do sự khác nhau về khu vực địa lý, sự ảnh hưởng của các nền văn hoá khác nhau tới lối sống, sự khác nhau về tâm sinh lý, trình độ hiểu biết, kinh nghiệm...nên họ có những yêu cầu, mức độ hài lòng, thái độ, cách ứng xử,...khác nhau. Để khắc phục đặc điểm này nhà cung ứng và đặc biệt là nhân viên phục vụ - những người tiếp xúc trực tiếp với khách hàng phải có sự đồng cảm với khách hàng. Đây là kỹ năng có tính chất quyết định trong việc cung ứng dịch vụ tuyệt hảo cho khách hàng. Chính những yếu tố này làm tăng thêm niềm tin, tình yêu đối với công việc của nhân viên, từ đó giúp họ có thể hạn chế những áp lực tâm lý có thể xảy ra cho hai bên.

e. *Tính dễ hư hỏng và không cất giữ được*: Do tính đồng thời của sản xuất và tiêu dùng nên sản phẩm dịch vụ không cất giữ được và rất dễ bị hư hỏng. Các nhà cung ứng dịch vụ không thể bán tất cả các sản phẩm của mình sản xuất ở hiện tại và lại càng không có cơ hội để chuyển nó sang bán ở thời điểm sau đó.

Trong khách sạn-du lịch điều này rất dễ thấy đặc biệt ở dịch vụ phòng của khách sạn. Khi một phòng của khách sạn bị bỏ phí một đêm thì nó không thể bán lại được. Tương tự thời gian của các nhân viên dịch vụ du lịch không thể dành cho lúc cao điểm. Để hạn chế đặc điểm này, các khách sạn cần xây dựng các chiến lược phát triển nhằm thu hút khách và giữ khách ở lại lâu dài, tránh lãng phí. Bên cạnh đó đòi hỏi khách sạn phải cung cấp nhiều sản phẩm cao hơn sự mong đợi của khách. Đồng thời cần cập nhật thông tin hàng ngày để đánh giá tình hình kinh doanh, từ đó có sự điều chỉnh phù hợp.

f. *Kiểm tra chất lượng dịch vụ trước khi bán là rất khó*: Do tính đồng thời của sản xuất và tiêu dùng nên không có thời gian để kiểm tra chất lượng sản phẩm dịch vụ trước khi bán cho khách hàng, vì vậy cần sản xuất sản phẩm dịch vụ theo triết lý ISO- 9000: “Làm đúng ngay từ đầu là hiệu quả nhất”.Cụ thể của triết lý này đó là phải làm đúng các thao tác, các bước trong quy trình nghiệp vụ ngay từ khâu đầu tiên cho đến khâu cuối cùng - sản phẩm đến tay khách hàng. Việc kiểm tra chất lượng dịch vụ trước khi bán tuy là khó nhưng không phải không thực hiện được vì dịch vụ được tạo ra theo một quy trình tương đối nhất định, do đó ta có thể kiểm tra theo từng công đoạn, từng bước trong quy trình. Ví dụ đối với dịch vụ phòng, ban đầu ta có thể kiểm tra mức độ đầy đủ của hệ thống trang thiết bị trong phòng, rồi

đến sự sạch sẽ, sức hoạt động của các đồ đạc thiết bị trong phòng nếu có hỏng hóc rất dễ để thay thế...Tóm lại là khách sạn có thể sửa sai. Mặc dù không đơn giản nhưng công tác kiểm tra phải được tiến hành thường xuyên để đánh giá và phân tích làm cơ sở cho công việc cải tiến chất lượng và làm cho nhân viên tự ý thức được trách nhiệm của mình trong công việc.

Ngoài các đặc điểm trên, dịch vụ phòng còn mang một số đặc điểm của dịch vụ khách sạn khác như:

* *Tính cố định*: Khách sạn được xây dựng tại một địa điểm cố định và xa nơi cư trú thường xuyên của khách. Sản phẩm dịch vụ phòng không thể vận chuyển từ nơi này đến nơi khác được. Do đó, nếu muốn sử dụng dịch vụ của khách sạn thì khách phải đến tận nơi để sử dụng dịch vụ. Tính cố định còn được thể hiện ở việc khách sạn không thể mở rộng hay thu hẹp số lượng phòng một cách thường xuyên, liên tục được. Điều này có nghĩa là, khách sạn dù muốn cũng không thể thu hẹp phòng để giảm bớt chi phí vào thời điểm trái vụ, cũng như không thể xây thêm phòng để đáp ứng nhu cầu của khách vào thời điểm chính vụ. Với tính cố định của dịch vụ, khi cung lớn hơn cầu thì tất yếu chất lượng dịch vụ sẽ có xu hướng giảm xuống. Để khắc phục tính cố định của dịch vụ, khách sạn cần tổ chức tốt công tác dự báo thị trường, thường xuyên cập nhật thông tin, công tác điều phối và sử dụng một số chính sách thay đổi theo từng thời điểm như việc giảm giá phòng, tăng dịch vụ nổi trội, tăng thêm lợi ích cho khách vào trái vụ...

1.1.2 Khái niệm về chất lượng dịch vụ buồng

Theo TCVN và ISO-9000, thì chất lượng dịch vụ là mức phù hợp của sản phẩm dịch vụ thoả mãn các yêu cầu đề ra hoặc định trước của người mua.

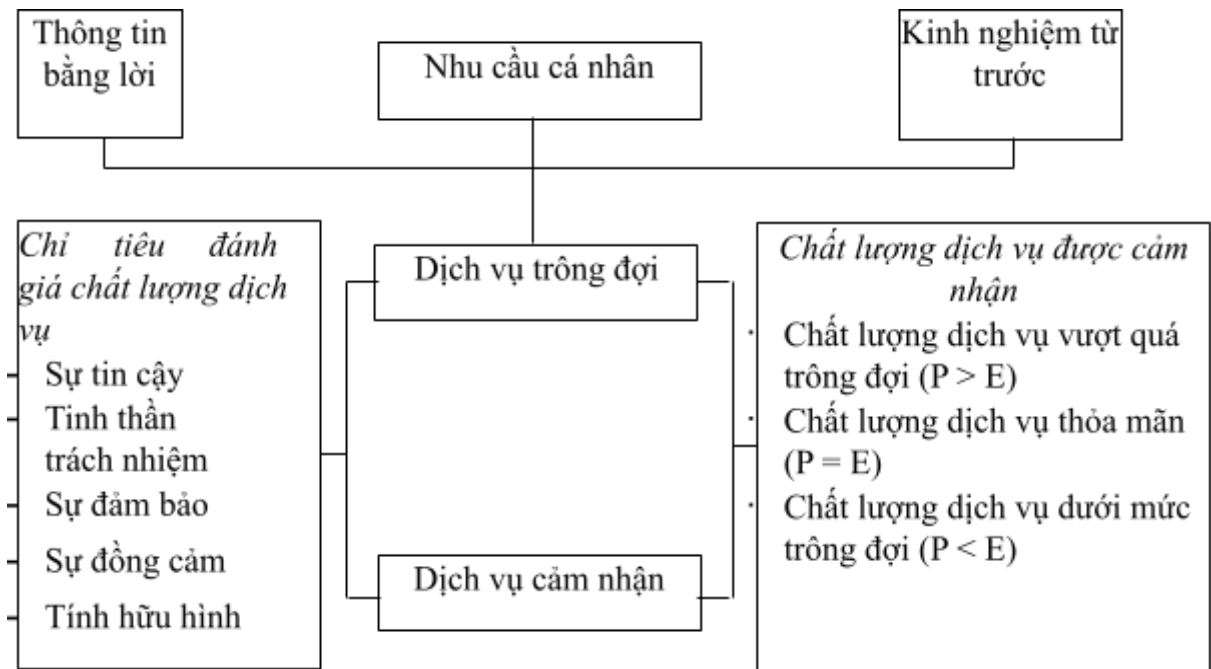
Chất lượng dịch vụ là sự tạo nên triu tượng, khó nắm bắt bởi các đặc tính riêng có của dịch vụ, sự tiếp cận chất lượng được tạo ra trong quá trình cung cấp dịch vụ, thường xảy ra trong sự gặp gỡ giữa khách hàng và nhân viên giao tiếp.

Chất lượng dịch vụ chính là sự thoả mãn khách hàng được xác định bởi việc so sánh giữa chất lượng cảm nhận và chất lượng trông đợi. Ta có công thức so sánh như sau: $S = P - E$ (Satisfaction = Perception – Expectation)

Trong đó: S là chất lượng dịch vụ

P là sự thoả mãn của khách hàng sau khi tiêu dùng dịch vụ

E là sự mong đợi của khách về chất lượng dịch vụ trước khi tiêu dùng



Hình 1.1: Mô hình về chất lượng dịch vụ

Qua mô hình trên ta thấy, mối quan hệ giữa sự trông đợi và sự cảm nhận thực tế của khách hàng sau khi trải qua dịch vụ là căn cứ để khách sạn xây dựng các chỉ tiêu đánh giá chất lượng dịch vụ và với mỗi chỉ tiêu cụ thể khách sạn đánh giá được chất lượng dịch vụ đang ở mức nào (cao, tương đối hay thấp).

Từ đây chúng ta có thể đưa ra khái niệm về chất lượng dịch vụ phòng như sau: “*Chất lượng dịch vụ phòng là mức độ phù hợp của dịch vụ phòng mà khách sạn cung ứng nhằm thỏa mãn các yêu cầu đặt ra của khách trong quá trình lưu trú*”.

Hay “*Chất lượng dịch vụ phòng là chất lượng phòng ở và chất lượng của các dịch vụ đi kèm*”.

Sản phẩm dịch vụ trong khách sạn mang những nét đặc trưng riêng (vô hình,

không tồn kho, sản xuất và tiêu dùng diễn ra đồng thời...) cho nên chất lượng rất khó đánh giá. Chất lượng sản phẩm dịch vụ được đánh giá khi khách hàng đã tiêu dùng sản phẩm và thông qua sự thoả mãn của khách hàng. Chất lượng phục vụ buồng cũng chỉ được đánh giá sau thời gian lưu trú của khách hàng và được đánh giá ở nhiều mức khác nhau tùy đối tượng khách.

“Chất lượng dịch vụ buồng là khả năng được khách hàng đánh giá về dịch vụ ngủ và các dịch vụ khác tại buồng do cơ sở lưu trú cung cấp, nó thỏa mãn những nhu cầu của khách hàng và sự mong đợi của họ tương ứng với cấp hạng cơ sở lưu trú” (Nguyễn Quyết Thắng, 2015: 207)

Có thể hiểu chất lượng phục vụ buồng trong khách sạn là mức phục vụ tối thiểu mà khách sạn đề ra nhằm thoả mãn nhu cầu của khách lưu trú thông qua các chỉ tiêu tiện nghi, kỹ năng phục vụ... và việc thoả mãn nhu cầu về các dịch vụ bổ sung cho khách trong thời gian lưu trú. Chất lượng phục vụ luôn nhằm vào yếu tố cảm nhận của khách hàng, chất lượng phục vụ tốt khi khách hàng cảm thấy hài lòng về dịch vụ. Tuy nhiên chất lượng dịch vụ buồng của khách sạn còn phụ thuộc vào cấp hạng của đơn vị đó.

1.1.3 Đặc điểm của chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng

Chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng của khách sạn mang đặc điểm chung của chất lượng dịch vụ nói chung nhưng cũng có những đặc thù riêng.

Chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng khó đo lường và đánh giá: Sản phẩm dịch vụ của các đơn vị lưu trú như khách sạn, khu du lịch, làng du lịch... mang nhiều tính phi vật chất. Nó khó có thể đánh giá qua các thông số, đặc tính kỹ thuật. Việc đánh giá chất lượng dịch vụ buồng cao hay thấp tùy thuộc vào cảm nhận của du khách. Giải pháp là họ dựa vào những yếu tố có thể đo đếm được như: Đề ra các tiêu chuẩn và quy trình phục vụ và đảm bảo việc phục vụ không sai với tiêu chuẩn và quy trình đề ra, số lượng khách, quan sát thái độ của nhân viên phục vụ với nhà quản lý, hay thông tin phản hồi phía khách...

So với các dịch vụ khác của đơn vị lưu trú, yếu tố hữu hình và vị trí đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo chất lượng dịch vụ buồng: Mặc dù mang nhiều tính phi vật chất tuy nhiên chất lượng dịch vụ buồng lại bị ảnh hưởng rất lớn bởi các yếu tố hữu hình như cơ sở vật chất, trang thiết bị, cách trang trí phòng... Một phòng

ngủ rộng với trang thiết bị tốt được trang trí đẹp sẽ tạo ấn tượng và cảm nhận tốt cho du khách. (Nguyễn Quyết Thắng, 2015: 208) Điều kiện vật chất cần phải tương xứng với giá cả của dịch vụ khách sạn cung cấp và phải phù hợp với khách hàng mục tiêu.

Chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng chỉ được đánh giá chính xác qua sự cảm nhận của người tiêu dùng trực tiếp dịch vụ buồng của khách sạn. Khách hàng là người trực tiếp tiêu dùng dịch vụ buồng của khách sạn nên cảm nhận của họ phản ánh chính xác nhất chất lượng dịch vụ của khách sạn. Tuy nhiên cảm nhận của khách hàng còn phụ thuộc vào rất nhiều yếu tố như trạng thái tâm lý, tình trạng sức khỏe, tập quán văn hóa, tôn giáo, kinh nghiệm du lịch... Nếu khách hàng cảm thấy mức độ thoả mãn càng cao nghĩa là chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng càng tốt, và ngược lại. Vì thế các nhà quản lý muốn đánh giá chính xác chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng thì phải luôn đứng trên cái nhìn của khách hàng để hoàn thiện dịch vụ của mình.

Chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng phụ thuộc vào quá trình cung cấp dịch vụ: Chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng của một khách sạn thường gồm chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng.

Chất lượng kỹ thuật: bao gồm chất lượng của các thành phần cơ sở vật chất kỹ thuật của bộ phận buồng như: mức độ tiện nghi, hiện đại của các trang thiết bị, mức độ thẩm mỹ trong trang trí nội thất và thiết kế buồng, độ an toàn đảm bảo cho khách hàng.

Chất lượng chức năng: Bao gồm các yếu tố liên quan đến con người đó là nhân viên phục vụ trực tiếp tại bộ phận buồng. Đó là thái độ, cách ứng xử, khả năng giao tiếp, hình thức bên ngoài, nghiệp vụ hay khả năng ngôn ngữ của nhân viên. những nhân tố này tác động rất lớn đến cảm nhận của khách hàng.

Đối với khách hàng sau khi sử dụng dịch vụ sản phẩm, cái mà họ lưu giữ được chủ yếu ở dạng vô hình đó là các trải nghiệm là cảm giác hài lòng hay không hài lòng. Vì vậy cả hai yếu tố này đều phải dựa trên nhu cầu sở thích và đòi hỏi của thị trường khách hàng mục tiêu.

Chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng đòi hỏi tính nhất quán cao: Nó phụ thuộc vào sự nhất quán trong nhận thức cũng như trong hành động từ cấp quản lý

khách sạn, bộ phận buồng, đến các nhân viên bộ phận buồng, phụ thuộc vào mục tiêu chung của khách sạn và mục tiêu cụ thể cho bộ phận buồng. Chất lượng dịch vụ buồng đòi hỏi sự đồng nhất quán, đảm bảo chất lượng dịch vụ đúng như đã công bố với khách hàng ở mọi lúc, mọi nơi, trong mọi thời gian.

1.2. Quy trình và ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng phục vụ phòng

1.2.1. Quy trình phục vụ buồng trong kinh doanh khách sạn



Hình 1.2: Quy trình phục vụ buồng

Theo như sơ đồ trên: Quy trình phục vụ buồng được chia làm 4 giai đoạn:

Giai đoạn 1: Giai đoạn chuẩn bị đón khách

Nhân viên phục vụ chuẩn bị đầy đủ các dụng cụ như máy hút bụi, các chất tẩy rửa, đồ vải sạch, các vật phẩm thay thế trước khi làm vệ sinh

Làm vệ sinh đảm bảo nhanh gọn và sạch sẽ. Đảm bảo đầy đủ về số lượng vật phẩm theo thứ tự hạng buồng.

Giai đoạn 2: Giai đoạn đón tiếp và bàn giao buồng cho khách

Công việc đón tiếp khách và bàn giao buồng cho khách do nhân viên buồng hay nhân viên lễ tân phụ trách. Làm thủ tục nhập buồng và giới thiệu trang thiết bị tiện nghi, hướng dẫn nội quy của khách sạn và các dịch vụ bổ sung.

Giai đoạn 3: Giai đoạn phục vụ khách trong thời gian lưu trú

Yêu cầu nhân viên hàng ngày làm vệ sinh buồng khách các trang thiết bị trong buồng và bổ sung hàng hóa thuộc tiêu chuẩn buồng.

Giai đoạn 4: Giai đoạn nhận bàn giao phòng và tiễn khách

Khi nhận được thông báo trả buồng yêu cầu nhân viên kiểm tra lại phòng để phát hiện trang thiết bị hỏng hóc.

Nộp biên lai ký nợ của khách để lên hóa đơn thanh toán, gói hành lý giúp khách.

Khẩn trương dọn buồng để đón khách mới.

1.2.2. Ý nghĩa của việc nâng cao chất lượng phục vụ buồng

Việc nâng cao chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng là vô cùng quan trọng và luôn được chú ý đảm bảo duy trì thường xuyên vì nâng cao chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng là nâng cao chất lượng dịch vụ của khách sạn đó. Vấn đề chất lượng ngày càng được doanh nghiệp và khách sạn quan tâm là do một số lí do sau:

Môi trường kinh doanh đã có sự thay đổi mạnh mẽ chuyển từ tình trạng cầu lớn hơn cung ở thời kì đầu mở cửa nền kinh tế sang tình trạng dư cung ở hầu khắp các điểm du lịch. Xu hướng hội nhập vào nền kinh tế khu vực và thế giới. Việt Nam muốn trở thành viên của các tổ chức Thương mại Thế giới, tổ chức Du lịch thế giới và là đối tác bạn hàng của các doanh nghiệp kinh doanh nước ngoài. Để đạt được mục tiêu đó các khách sạn Việt Nam chỉ có sự lựa chọn duy nhất là phải nâng cao chất lượng dịch vụ của mình.

Yêu cầu đòi hỏi ngày càng cao của khách hàng đặc biệt là khách du lịch quốc tế đến với Việt Nam. Họ không chỉ có khả năng thanh toán cao mà còn là khách hàng có nhiều kinh nghiệm du lịch, họ luôn có sự so sánh giữa chất lượng dịch vụ các khách sạn Việt Nam và các khách sạn ở các nước khác nơi họ đã từng đi qua.

1.3 Một số nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng

1.3.1 Nhân tố khách quan

1.3.1.1 Sự cảm nhận của khách hàng

Sự thành công hay thất bại của bất kỳ một doanh nghiệp nào phụ thuộc vào sự hiện diện của khách hàng. Điều đó càng đúng hơn trong trường hợp doanh nghiệp là đơn vị kinh doanh khách sạn bởi khách hàng vừa là người tiêu dùng, vừa là người tham gia vào hoạt động sản xuất ra dịch vụ khách sạn. Vì vậy, chất lượng dịch vụ không chỉ phụ thuộc vào khả năng nghiệp vụ của nhân viên mà còn phụ thuộc vào sự tham gia của khách hàng. Sự thoả mãn của khách hàng quyết định đến sự tồn tại và phát triển của dịch vụ buồng mà khách sạn cung cấp. Khi sự cảm nhận thực tế cao hơn hoặc bằng với những gì họ mong đợi trước đó thì khách sạn được xem có chất lượng phục vụ tốt và ngược lại. Những đánh giá này lại bị chi phối bởi nhiều nhân tố khác nhau tùy thuộc vào mỗi khách hàng đến khách sạn như: độ tuổi, kinh nghiệm trong du lịch, sở thích, nhu cầu... Do vậy để làm hài lòng họ chúng ta phải

hiếu họ thật sự mong đợi những gì.

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

1.3.1.2 Mức độ cạnh tranh trên thị trường

Ngày nay nhu cầu đi du lịch của con người ngày càng cao thì sự xuất hiện của hệ thống các khách sạn mọc lên càng nhiều. Tại Việt Nam hiện nay, tình trạng cạnh tranh ngày càng trở nên gay gắt. Để có được doanh thu và có lợi nhuận, dù là ít, các khách sạn thì nhau giảm giá trên thị trường. Tình trạng dư thừa phòng, công suất sử dụng phòng trung bình thấp trong khi tốc độ tăng của việc xây dựng khách sạn cao hơn rất nhiều so với tốc độ tăng của nhu cầu khách hàng là nguyên nhân chủ yếu dẫn tới tình trạng này. Và giảm giá là một ảnh hưởng lớn tới chất lượng dịch vụ buồng mà các khách sạn cung cấp cho khách hàng của mình. Mục tiêu của các khách sạn là không ngừng nâng cao lợi nhuận trong khi các khách sạn phải đảm bảo yêu cầu: chất lượng dịch vụ buồng mà khách nhận được tương ứng với giá trị đồng tiền khách bỏ ra thanh toán. Vì thế, đây là một câu hỏi lớn đặt ra cho các nhà quản lý khách sạn.

1.3.1.3 Đối thủ cạnh tranh của khách sạn

Để có thể phát triển các cơ sở lưu trú phải tập trung nâng cao về chất lượng dịch vụ so với các đối thủ cạnh tranh. Đối với dịch vụ buồng để tạo lợi thế trong cạnh tranh cần phải cố gắng tạo ra những sản phẩm riêng mang nét đặc trưng của mình. Việc giảm giá có ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng dịch vụ, giá cả chỉ được coi là công cụ cạnh tranh khi chất lượng dịch vụ ở mức độ cao. Đặc điểm của sản phẩm dịch vụ của cơ sở lưu trú nói chung và dịch vụ buồng nói riêng là dễ bắt chước nên công cụ cạnh tranh hiệu quả nhất là các đơn vị chất lượng. (Nguyễn

Quyết Thắng, 2015: 210)

Tuy nhiên, ở những nơi có mức độ cạnh tranh càng cao thì có chất lượng dịch vụ cũng cao. Kèm theo mức độ cạnh tranh lớn của các khách sạn là mức độ cạnh tranh của các nhà cung ứng các sản phẩm, các đối tác của khách sạn như: Bưu chính viễn thông, giao thông vận tải, ngân hàng... Đây là điều kiện để khách sạn có thể nâng cao chất lượng dịch vụ buồng của mình trên cơ sở chọn lọc, kiểm tra, lấy ý kiến đánh giá của khách hàng.

1.3.1.4 Sự phát triển của khoa học kỹ thuật

Sự phát triển của khoa học kỹ thuật ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ của cơ sở lưu trú nói chung và dịch vụ buồng nói riêng. Bên cạnh đó, sự phát triển khoa học kỹ thuật ảnh hưởng đến việc tiêu dùng của du khách như việc lắp đặt các thiết bị giải trí thông minh trong khách sạn và khu du lịch... Vì vậy xu hướng tại nhiều khách sạn hiện nay là cố gắng xây dựng các phòng ngủ rộng so với tiêu chuẩn để đáp ứng ngày càng nhiều các thiết bị được lắp đặt trong phòng của khách. (Nguyễn Quyết Thắng, 2015: 210)

1.3.1.5. Hệ thống chính sách pháp quy của Nhà nước, của ngành Du lịch

Đây là một yếu tố quan trọng tạo điều kiện cho sự phát triển của hệ thống khách sạn. Hệ thống các chính sách pháp quy của Nhà nước giúp cho khách sạn hoạt động trong khuôn khổ mà pháp luật cho phép, được làm gì và không được làm gì. Hệ thống các chính sách của Nhà nước thuận lợi sẽ tạo điều kiện cho các nhà đầu tư nước ngoài vào nước ta để tham quan, khảo sát, tìm hiểu cơ hội đầu tư và thiết lập các mối liên doanh, liên kết kinh tế với các đối tác Việt Nam. Đồng thời, nó cũng tạo điều kiện cho các doanh nghiệp Việt Nam nói chung và các khách sạn ở Việt Nam nói riêng được phép đi ra nước ngoài để tham quan, khảo sát, học hỏi kinh nghiệm và thiết lập các mối quan hệ... Từ đó, các khách sạn cung cấp cho khách chất lượng dịch vụ tốt hơn.

Trong khuôn khổ ngành du lịch, Tổng cục Du lịch Việt Nam và Nhà nước đã ban hành hệ thống các văn bản pháp quy như Nghị quyết 45/CP ngày 22/06/1993 của Chính phủ về đổi mới quản lý và phát triển ngành du lịch, Chỉ thị số 46-CT/TW ngày 14/10/1994 về lãnh đạo đổi mới và phát triển du lịch trong tình hình mới nhằm hỗ trợ cho các doanh nghiệp du lịch Việt Nam nói chung và các khách sạn nói riêng

hoạt động có hiệu quả. Hệ thống các văn bản này không chỉ hướng dẫn thực hiện quy chế của Tổng cục Du lịch mà mục đích chính là tạo ra cho các doanh nghiệp Du lịch Việt Nam có được nền tảng vững chắc để đẩy mạnh hơn nữa hoạt động phát triển sản phẩm, tăng cường đầu tư để sản phẩm có hình thức đa dạng hơn, chủng loại phong phú hơn, chất lượng sản phẩm tốt hơn.

1.3.2 Nhân tố chủ quan

1.3.2.1 Cơ sở vật chất kỹ thuật

Trong quá trình kinh doanh có thể đạt được mục tiêu của mình thì bất cứ một doanh nghiệp nào cũng cần có một cơ sở vật chất vững chắc. Chính yếu tố này sẽ quyết định phần lớn đến mức độ thoả mãn khách hàng trong các hoạt động và nhu cầu thiết yếu trong quá trình tiêu dùng các dịch vụ. Đồng thời nó cũng quyết định một phần lớn chất lượng phục vụ của khách sạn. Bước vào một khách sạn cao cấp cái đầu tiên họ có thể cảm nhận được chính là sự sang trọng, lộng lẫy và bề thế của khách sạn. Cơ sở vật chất đóng vai trò quan trọng trong việc tạo dựng hình ảnh đầu tiên của khách sạn trong mắt khách hàng. Cùng với sự thay đổi nhu cầu con người ngành công nghiệp khách sạn đã phát triển về chiều rộng và chiều sâu. Các trang thiết bị tiện nghi phục vụ nhằm tạo ra một chất lượng phục vụ hoàn hảo nhất nhằm thoả mãn nhu cầu của khách hàng. Từ những cơ sở vật chất ban đầu chỉ để cho khách nghỉ qua đêm với trang thiết bị thô sơ thì cho đến nay khách sạn đã trang bị những những tiện nghi hiện đại. Sự trang bị này nhằm đem lại cho khách hàng sự trải nghiệm tuyệt vời và mục đích là để nâng cao chất lượng phục vụ của khách sạn

1.3.2.2 Chất lượng đội ngũ lao động

Trong kinh doanh du lịch nói chung và kinh doanh khách sạn nói riêng thì vấn đề con người luôn được coi là vấn đề hàng đầu. Bởi vì đây là ngành kinh doanh sử dụng nhiều lao động sống và chính họ chi phối mạnh mẽ đến chất lượng sản phẩm trong khách sạn. Trong đó trình độ của đội ngũ nhân viên ảnh hưởng tới tất cả các chỉ tiêu đánh giá chất lượng phục vụ buồng.

Chất lượng đội ngũ nhân viên gồm: Trình độ chuyên môn, tinh thần trách nhiệm và tác phong phục vụ, trình độ giao tiếp, sự hiểu biết

Trình độ chuyên môn bao gồm nghiệp vụ làm vệ sinh, bài trí sắp xếp đồ dùng trang thiết bị. Trình độ chuyên môn quyết định các thao tác nhanh hay chậm. Nếu

trình độ chuyên môn cao sẽ làm các công việc nhanh nhẹn, hiệu quả cao có sự hiểu biết nắm rõ cách sử dụng, bảo quản, bố trí các trang thiết bị hiện đại trong khách sạn. Một khách sạn có cơ sở vật chất tốt mà đội ngũ nhân viên không có trình độ chuyên môn cao thì không thể có chất lượng phục vụ tốt. Trên thực tế 70% thành bại trong kinh doanh phụ thuộc vào người lao động.

Tinh thần trách nhiệm và phong cách phục vụ: Cùng với trình độ chuyên môn tinh thần trách nhiệm và phong cách phục vụ cũng là chỉ tiêu đánh giá chất lượng đội ngũ nhân viên. Nó ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng phục vụ buồng. Nhân viên có trình độ chuyên môn cao sẽ nhận thức nhanh chóng việc phải làm trách nhiệm của mình phải chịu trong công việc từ đó có tác phong phục vụ nhanh nhẹn nhằm nâng cao tinh thần trách nhiệm. Tác phong phục vụ nhanh nhẹn, nhiệt tình, lịch thiệp, không phân biệt đối xử với khách, sẵn sàng đáp ứng mọi yêu cầu trong phạm vi có thể là những yêu tố cần có của nhân viên.

Trình độ giao tiếp: Biểu hiện qua lời nói, hành vi, cử chỉ qua cách biểu hiện trong giao tiếp khách hàng đánh giá được chất lượng đội ngũ nhân viên tức là đánh giá được chất lượng phục vụ. Khi nhân viên khéo léo tận tình trong giao tiếp khách hàng cảm thấy mình được phục vụ tận tình chu đáo.

Sự hiểu biết: Ngoài những yếu tố trên cần có thì sự hiểu biết về chính trị, văn hóa, xã hội cũng là yếu tố giúp nhân viên phục vụ khách hàng tốt hơn.

Nhìn chung yếu tố con người trong kinh doanh khách sạn đặc biệt trong kinh doanh lưu trú là rất quan trọng. Chất lượng phục vụ cao hay thấp phụ thuộc nhiều vào trình độ nghiệp vụ của đội ngũ nhân viên.

1.3.2.3 Quy trình phục vụ

Những trang thiết bị cho nhân viên phục vụ là những thứ giúp cho nhân viên phục vụ thực hiện dễ dàng công việc và đảm bảo chất lượng. Trong quá trình làm việc nhân viên phục vụ phải tuân theo một quy trình. Nếu có quy trình phục vụ, sự phân công lao động và phối hợp hợp lý thì sẽ đảm bảo công việc làm đúng ngay từ đầu, tránh sai sót, và không mất nhiều thời gian. Nếu không có quy trình phục vụ, sự phân công hợp lý sẽ không đảm bảo chất lượng phục vụ, người phục vụ sẽ có sai sót trong khi phục vụ, công việc phục vụ bị chông chéo, mất nhiều thời gian. Để có một quy trình phục vụ hợp lý và sự phối hợp với các bộ phận tốt đòi hỏi lãnh đạo và

các cấp quản lý khách sạn phải có trình độ tổ chức quản lý, thiết lập bộ máy cũng như cơ chế quản lý phù hợp. Đồng thời phải có cơ chế điều hành hiệu quả.

1.3.2.4 Hệ thống giám sát kiểm tra chất lượng phục vụ

Chất lượng phục vụ buồng là một yếu tố quan trọng tạo nên sự khác biệt và hấp dẫn giữa khách sạn này với khách sạn khác. Do đó công tác giám sát và kiểm tra chất lượng đóng vai trò rất quan trọng, nó ảnh hưởng chất lượng phục vụ buồng. Công tác quản lý chất lượng bao gồm cơ cấu tổ chức, cơ chế tổ chức hoạt động, hệ thống giám sát chất lượng... Vì vậy mỗi nhân viên phục vụ buồng cần ý thức được công việc của mình và làm việc như thế nào cho đạt chất lượng. Người quản lý buồng thường xuyên đôn đốc, kiểm tra chất lượng buồng sau khi nhân viên dọn dẹp xong.

Người quản lý cần phối hợp với ban lãnh đạo và đội ngũ nhân viên nghiên cứu nhu cầu của khách hàng. Từ đó xây dựng chỉ tiêu về chất lượng làm thỏa mãn nhu cầu của đa số khách hàng, mục tiêu và các chỉ tiêu đó được phổ biến đến từng nhân viên. nếu chỉ tiêu đó hợp lý thì có cách khắc phục nhanh chóng. Tóm lại, nếu làm tốt công tác quản lý chất lượng thì sẽ ngăn ngừa được sai sót, thỏa mãn nhu cầu của khách và ngược lại.

1.3.2.5 Giá cả của dịch vụ

Giá cả ở đây được hiểu là giá tương ứng với chất lượng. Giá cả và chất lượng dịch vụ thường đi đôi với nhau. Sẽ không có trường hợp chất lượng dịch vụ cao mà giá thấp, nếu có thì chỉ là chính sách hay biện pháp tạm thời (chiến lược giá thấp) nhằm thu hút khách hàng trong một thời điểm cụ thể. Vì vậy việc đề ra cơ chế giá phù hợp với chất lượng dịch vụ sẽ đảm bảo cho việc duy trì và nâng cao chất lượng, đồng thời thu hút khách đến với đơn vị lưu trú, nâng cao hiệu quả kinh doanh. (Nguyễn Quyết Thắng, 2015: 211) Tuy nhiên làm được điều này không phải dễ dàng như Garvin (1988:44) đã phát biểu: “không dễ dàng để đưa ra mức giá phù hợp với chất lượng”. Điều này bắt buộc cơ sở lưu trú phải nghiên cứu và điều chỉnh mức giá cho phù hợp với từng thời điểm.

1.3.2.6 Một số yếu tố khác

- Uy tín, danh tiếng và hình ảnh của khách sạn

Khách sạn càng có uy tín và danh tiếng trên thị trường bao nhiêu thì khách

sạn càng có nguồn khách lớn và ổn định bấy nhiêu. Một khách sạn có chất lượng dịch vụ cao tức là khách sạn luôn luôn đảm bảo được lời hứa mà khách sạn đặt ra. Uy tín, danh tiếng của khách sạn thường có từ rất lâu hoặc là do chất lượng dịch vụ cao của khách sạn quyết định. Điều đó đòi hỏi phải có sự đồng bộ, nhất quán của môi trường vật chất, sự phục vụ tận tình của nhân viên phục vụ, hoạt động quảng cáo, thông tin truyền miệng có hiệu quả. Từ đó giúp cho khách hàng có một ấn tượng tốt về hình ảnh của khách sạn.

- Năng lực về vốn

Vốn là một trong những điều kiện để khách sạn có thể hoạt động ổn định và lâu dài. Vốn của khách sạn có thể có từ nhiều nguồn: Vốn ngân sách Nhà nước, vốn vay (từ các tổ chức, doanh nghiệp, từ chính nhân viên trong khách sạn, từ nhân dân...), vốn tự có... Với khách sạn có vốn lớn hay có khả năng về tài chính, hoạt động kinh doanh khách sạn có điều kiện để tái sản xuất mở rộng, đầu tư nâng cấp sửa chữa các trang thiết bị, nâng cao trình độ đội ngũ cán bộ công nhân viên... đem đến cho khách hàng những dịch vụ ngày càng hoàn hảo hơn, chất lượng ngày càng tốt hơn.

Những khách sạn gặp phải khó khăn về tài chính rất khó có một sản phẩm hoàn hảo. Họ phải lựa chọn chi phí cơ hội nào để đầu tư mang lại hiệu quả cao nhất. Khó khăn về tài chính kéo theo sự đầu tư nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật là rất hạn chế. Chất lượng sản phẩm của khách sạn có nguy cơ bị xuống dốc, sản phẩm khó có khả năng cạnh tranh trên thị trường. Nếu khó khăn về tài chính trong thời gian dài sẽ làm cho đội ngũ nhân viên phục vụ chán nản vì lượng khách đến khách sạn ít, cơ hội để nhân viên thăng tiến cũng sẽ ít hơn. Do vậy năng lực về vốn cũng là điều kiện quan trọng trong kinh doanh khách sạn, giúp cho khách sạn có điều kiện phát triển ổn định và lâu dài.

- Bầu không khí Văn hóa của bộ phận

Môi trường làm việc tốt sẽ tác động tích cực đến tinh thần làm việc của nhân viên từ đó ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng dịch vụ buồng.

Nhìn chung, các nhân tố chủ quan và khách quan đều có ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ buồng trong kinh doanh khách sạn. Từ những ảnh hưởng đó, khách sạn có thể tận dụng những điều kiện thuận lợi mà các nhân tố này đem lại đồng thời

tìm cách hạn chế những bất lợi thông qua việc tìm hiểu chúng.

1.4 Các phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ buồng

1.4.1 Đánh giá thông qua các chỉ tiêu kinh doanh

Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả hoạt động của bộ phận buồng như số lượt khách lưu trú, công suất phòng, thời gian lưu trú bình quân, doanh thu và lợi nhuận của bộ phận buồng... cũng phần nào phản ánh chất lượng dịch vụ của bộ phận. Ví dụ: số lượt khách, công suất phòng, doanh thu lợi nhuận buồng... của năm nay tăng hơn các năm trước cũng phản ánh chất lượng dịch vụ của đơn vị. Tuy nhiên việc đánh giá dựa vào các chỉ tiêu này chưa hẳn đã hoàn toàn chính xác cho một số trường hợp. Đôi lúc số lượng khách tăng lại do nỗ lực quảng bá của đơn vị hay lợi thế khách quan đem đến trong một thời điểm nào đó. Ví dụ: thành phố tổ chức sự kiện lớn kéo dài tại khu vực gần đơn vị lưu trú

Ngoài ra, việc đánh giá chất lượng dịch vụ buồng dựa vào các chỉ tiêu trên sẽ khó phát hiện các khâu hoặc quy trình nào đó cần phải chấn chỉnh nhằm nâng cao chất lượng. vì vậy, để đánh giá tốt người ta cần phải kết hợp các phương pháp khác như khảo sát du khách, chuyên gia... (Nguyễn Quyết Thắng, 2015)

1.4.2 Thông qua điều tra khảo sát

Phương pháp khảo sát (survey method) trong đánh giá chất lượng dịch vụ buồng được thực hiện bằng cách khảo sát với những du khách, chuyên gia và các đối tượng khác. Phương pháp này dùng để tìm hiểu nhu cầu mong đợi của khách và câu về dịch vụ được chia thành:

Phương pháp khảo sát ý kiến (opinion survey method): Phương pháp này còn được gọi là phương pháp điều tra nhóm (collective method) theo phương pháp này, các nhà quản lý nhân viên trực tiếp tại các dịch vụ, chuyên gia được điều tra nhằm dự đoán nhu cầu và mong đợi của khách hàng và các thông tin khác của từng sản phẩm, dịch vụ buồng dựa trên thông tin kinh nghiệm của họ trong quá trình tiếp xúc với khách hàng mà họ thu thập được. Thông thường tại nhiều cơ sở lưu trú người ta thường điều tra đối tượng là chuyên gia. Gọi là phương pháp điều tra chuyên gia.

Phương pháp khảo sát khách hàng (consumers interview): Một cuộc khảo sát mẫu của du khách được thực hiện bằng cách phỏng vấn họ nhằm nhận được quan điểm, ý kiến của họ liên quan đến việc sử dụng sản phẩm dịch vụ buồng.

Phương pháp này còn có thể được sử dụng thông qua phỏng vấn hoặc bảng câu hỏi đưa cho du khách. Thông thường, phương pháp này được sử dụng trong đánh giá chất lượng dịch vụ buồng có hai loại:

Điều tra toàn bộ (complete enumeration): Điều tra, phỏng vấn tất cả du khách sử dụng dịch vụ buồng của đơn vị lưu trú trong một thời điểm nhất định. Tuy nhiên phương pháp này được xem là tốn kém về thời gian và tiền bạc.

Phương pháp mẫu (sample survey): Việc lấy mẫu có thể được lấy mẫu ngẫu nhiên hay phân nhóm. Sự thành công trong phương pháp này phụ thuộc vào việc lấy mẫu chính xác và sự hợp tác của khách hàng là hết sức cần thiết. (Nguyễn Quyết Thắng, 2015)

1.4.3 Phương pháp “người khách hàng bí ẩn”

Bản chất của phương pháp này là phương pháp điều tra chuyên gia. Tuy nhiên, trong những thập niên gần đây phương pháp này được rất nhiều tập đoàn khách sạn lớn như Intercontinental, Acoor, Sheraton... áp dụng cho những hệ thống khách sạn của họ. Với phương pháp này, một số chuyên gia sẽ đóng vai khách hàng đến ở và tiêu dùng dịch vụ của đơn vị hay cơ sở lưu trú mà nhân viên và ngay cả lãnh đạo đơn vị cũng không biết. Các chuyên gia sẽ đánh giá chất lượng dịch vụ của đơn vị lưu trú một cách khách quan. Trong tiêu chuẩn xếp hạng châu Âu (HOTREC – Hotels, Restaurants Cafés in Europe), người ta đã đưa vào tiêu chí khách hàng bí ẩn (mystery guesting). Trong bộ tiêu chuẩn này, thang điểm chấm của “Mystery guesting” Là 15 điểm, chỉ áp dụng cho khách sạn 4 và 5 sao. (Nguyễn Quyết Thắng, 2015)

1.5. Kinh nghiệm của một số khách sạn về nâng cao chất lượng phục vụ buồng.

Việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng đóng vai trò quan trọng và không thể thiếu đối với mọi tổ chức. Hoàn thành tốt việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng chính là một yếu tố góp phần nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh. Nếu trước kia chất lượng dịch vụ buồng chưa được quan tâm chú trọng thì ngày nay các đơn vị khách sạn đã đầu tư ngày càng nhiều hơn vào công tác nâng cao chất lượng dịch vụ buồng... Một số khách sạn đã đạt được thành tựu trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng như:

- *Khách sạn New World (New World SaiGon Hotel)*

Nằm ở trung tâm thành phố Hồ Chí Minh, thuộc quận 1, khách sạn New World tự hào với dịch vụ tư nhân hoá và tiện nghi hạng 5 sao là một biểu tượng của sự sang trọng và đẳng cấp cùng với lòng hiếu khách của người Việt nam.

Khách sạn New World có 552 phòng nghỉ và phòng căn hộ tất cả đều được trang bị đầy đủ tiện nghi được thiết kế trang nhã, rộng rãi đáp ứng nhu cầu của từng cá nhân, từ các doanh nhân đến các nhà hoạt động chính trị. Gồm 1 bể bơi ngoài trời, sân tennis, câu lạc bộ thể chất được thiết kế với tính thẩm mỹ cao. Khách sạn chuyên phục vụ ăn uống tại nhà hàng Parkview, hoặc tại Dynasty, chuyên phục vụ các món ăn Quảng đông cùng với một số cửa hiệu độc nhất được trực tiếp nối liền với khách sạn, rất tiện lợi cho việc mua sắm. Nằm tại điểm buôn bán kinh doanh lớn của quận 1, HCM, New World gần chợ Sài Gòn, nhà hàng, các quận thương mại, chỉ mất 15 phút từ Đồng khởi và các khu vực du lịch, 20 phút từ sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất.

Với mục tiêu nhằm tăng cường việc thu hút khách hàng, phát triển hoạt động kinh doanh, công tác nâng cao chất lượng dịch vụ buồng được khách sạn thực hiện:

Đội ngũ lao động: Quan tâm đến vấn đề đào tạo, huấn luyện khả năng chuyên môn và khả năng phục vụ khách. Nhiều buổi huấn luyện, giới thiệu liên tục được đưa đến cho toàn thể nhân viên nhằm nâng cao sự hiểu biết và trình độ chuyên môn nghiệp vụ.

Cơ sở vật chất: Nâng cấp và thay thế các tiện nghi trong phòng phải được thực hiện từng bước nhưng phải đảm bảo sự đồng bộ và thẩm mỹ. Tạo ra sự mới mẻ cho khách khi lưu trú tại khách sạn, những trải nghiệm cùng với chất lượng phục vụ khách được nâng cao cùng với sự nâng cấp của cơ sở vật chất tiện nghi trong buồng.

Đánh giá chất lượng phục vụ buồng: Thu thập ý kiến của khách hàng bằng bảng câu hỏi, phương pháp này được thực hiện định kì và lập báo cáo hàng tháng. Khách sạn khuyến khích nhân viên có cơ hội thì xin ý kiến của khách hàng đóng góp về chất lượng dịch vụ đã tiêu dùng, qua đó nhân viên có thể hiểu được nhu cầu mong muốn của khách hàng để đáp ứng cho tốt.

Công tác quản lí chất lượng dịch vụ buồng: Hiện tại bộ phận buồng có 6 giám sát tầng, họ thực hiện các công việc: Phân chia lịch làm việc và tự phân công ca trực cho mình theo công suất phòng, giám sát và kiểm tra chất lượng vệ sinh

phòng, giám sát và xử lý những tình huống phát sinh trong quá trình thực hiện nhiệm vụ của nhân viên. Chất lượng phục vụ phòng được dựa trên nhiều nhân tố khác nhau, nhưng xét ở một khía cạnh là công tác quản lý chất lượng, các giám sát tăng tại New World đang từng ngày hoàn thiện nghiệp vụ chuyên môn cùng với đội ngũ nhân viên nhiệt tình với công việc.

- *Khách sạn Tiến Thủy - Hà Nội*

Khách sạn Tiến Thủy là một khách sạn nằm trong khu phố cổ Hà Nội. Từ khách sạn, chỉ mất vài phút đi bộ là đến được hồ Gươm thơ mộng. Đồng thời, với dịch vụ chất lượng, sự thân thiện trong phong cách phục vụ càng khiến cho khách sạn được nhiều người lựa chọn cho kỳ lưu trú của mình tại thủ đô.

Khách sạn Tiến Thủy lịch sự, trang trọng với 75 phòng ngủ rộng rãi, tiện nghi. Các phòng đều được trang bị điện thoại quốc tế, truyền hình vệ tinh, mini-bar, hoa quả tươi, máy tính trong phòng, phòng tắm có bồn tắm và nước nóng, máy sấy tóc, dụng cụ pha trà và cà phê... Có nhiều loại phòng từ tiêu chuẩn đến cao cấp. Bên cạnh các phòng nghỉ, còn có nhiều dịch vụ thư giãn, giải trí và tiện ích khác.

Bên cạnh việc marketing cho sản phẩm của mình khách sạn cũng rất quan tâm đến chất lượng dịch vụ. Cụ thể khách sạn đã thực hiện những công tác nâng cao chất lượng dịch vụ phòng như sau:

Đội ngũ nhân viên: Khách sạn thực hiện chính sách lương thưởng cho nhân viên, tối thiểu điều chỉnh 6 tháng một lần, trong dịp ngày lễ, tết nhân viên đều được thưởng, những nhân viên nào làm vào ngày lễ, tết thì tiền lương ngày hôm đó sẽ được trả cao hơn so với ngày bình thường. Hàng tháng, các nhân viên khách sạn có buổi họp tổng kết tình hình làm việc, tuyên dương khen thưởng những người làm việc tốt, có hiệu quả nhằm khuyến khích tinh thần làm việc của người lao động. Tạo dựng môi trường làm việc bình đẳng, bầu không khí làm việc tích cực.

Công tác quản lý chất lượng dịch vụ: Thực hiện chiến lược quản lý chất lượng đồng bộ, mọi cái làm tốt ngay từ đầu, làm tốt ở mọi giai đoạn, mọi thời điểm. Ngoài ra thì khách sạn còn quản lý chất lượng dịch vụ thông qua hình thức khen thưởng, kỷ luật thích hợp, có khuyến khích động viên người lao động. Ban quản lý chất lượng cần kết hợp với phòng nghiên cứu Marketing để nghiên cứu các đặc điểm tiêu dùng của khách hàng mục tiêu, thống kê điều đặn về nhu cầu tiêu dùng, cơ

cầu, số lượng, khả năng thanh toán của khách, trên cơ sở đó đề ra các biện pháp, kế hoạch cụ thể để đáp ứng nhu cầu của khách.

Cơ sở vật chất: Khách sạn tích cực đầu tư cải tạo, bổ sung trang thiết bị trong phòng, trang bị thêm các thiết bị cần thiết cho sinh hoạt của khách, bố trí thêm ở các phòng như lịch treo tường, bản đồ về Hà Nội, bản đồ về các nơi có khu du lịch nổi tiếng vì khách đến khách sạn thường là khách nước ngoài, họ đến với mục đích là đi du lịch, hay những bức tranh về quê hương Việt Nam, con người Việt Nam, đây cũng là một hình thức quảng cáo cho du lịch Việt Nam.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 1

Chương 1 tập trung nghiên cứu 3 nội dung cơ bản:

Một là, khái niệm, đặc điểm và các yếu tố cấu thành dịch vụ phòng. Phần này trình bày những vấn đề khái quát nhất về dịch vụ, từ đó giúp xây dựng khái niệm về dịch vụ phòng.

Hai là, khái niệm, chỉ tiêu đánh giá và phương pháp đánh giá chất lượng dịch vụ phòng. Phần này trình bày các vấn đề về chất lượng dịch vụ phòng, các căn cứ và cách thức để đánh giá chất lượng dịch vụ phòng. Từ đó làm căn cứ để xây dựng nội dung thứ ba.

Ba là, khái niệm, chỉ tiêu và nội dung nâng cao chất lượng dịch vụ phòng. Phần này là tiêu điểm chính của luận văn. Từ việc nghiên cứu các vấn đề này kết hợp với việc phân tích thực trạng ở chương 2 sẽ giúp đưa ra các giải pháp để nâng cao chất lượng dịch vụ phòng - đề tài của luận văn này.

Đây là những tiền đề lý luận hết sức quan trọng để tiến hành khảo sát, phân tích, đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Hoàng Hà ở chương 2 và đưa ra các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng trong chương 3.

Chương 2 : THỰC TRẠNG CÔNG TÁC NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ BỘ PHẬN BUỒNG TẠI KHÁCH SẠN NORTHERN SAIGON

2.1. Giới thiệu về Khách sạn Northern Saigon và bộ phận buồng

2.1.1. Giới thiệu về khách sạn Northern Saigon

2.1.1.1. Vị trí của khách sạn

11A Thi Sách, Quận 1, TP. Hồ Chí Minh, Việt Nam

(84.28) 38251.751 - 38251.752

reservation@northernhotel.com.vn

(84.28) 38251.651



Hình 2.1: logo khách sạn

2.1.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển

Với hồ bơi có tầm nhìn vô cực trên tầng mái sẽ đưa bạn đến một thiên đường ở giữa lòng Sài Gòn sau những chuyến đi dài và áp lực của công việc. Khách sạn Northern Sài Gòn sở hữu 99 phòng sang trọng với thiết kế cổ điển lấy mộc làm chủ đạo tạo cho bạn 1 cảm giác ấm cúng đến từng chi tiết. Các trang thiết bị hiện đại và luôn được cập nhật liên tục sẽ đem đến sự tiện lợi và thuận tiện trong công việc của quý khách.

Được thiết kế dành cho các chuyến du lịch nghỉ ngơi và công tác, Northern Saigon Hotel tọa lạc tại vị trí lí tưởng ở Quận 1; một trong những khu vực nổi tiếng của thành phố. Saigon Centre - Trung tâm mua sắm Takashimaya... Đối với những khách muốn tìm kiếm trải nghiệm và kinh doanh đích thực ở Sài Gòn.

Một đội ngũ nhân viên thân thiện và chuyên nghiệp luôn là mối quan tâm và là mục đích của chúng em mang đến cho quý khách sự lựa chọn phù hợp để đảm bảo quý khách có những đêm lưu trú thoải mái và trải nghiệm phong cách phục vụ sang trọng theo tiêu chuẩn 4 sao quốc tế.

Tọa lạc tại vị trí thuận tiện ở Quận 1 thuộc Thành phố Hồ Chí Minh, Northern Saigon Hotel cung cấp chỗ nghỉ hiện đại và đẹp mắt với truy cập WiFi miễn phí trong tất cả các phòng.

Chợ Bến Thành và trung tâm mua sắm Saigon Centre đều cách khách sạn 4 phút đi bộ. Du khách dạo bước 10 phút là đến được Dinh Thống Nhất, Bảo tàng Mỹ thuật, Ủy ban Nhân dân Thành phố và Phố Đi Bộ Nguyễn Huệ. Sân bay gần nhất là sân bay quốc tế Tân Sơn Nhất, cách đó 30 phút lái xe. Dịch vụ đưa đón và vận chuyển sân bay có thể được bố trí với một khoản phụ phí.

Tất cả các phòng nghỉ lắp máy điều hòa đều được trang bị truyền hình cáp màn hình phẳng, két an toàn cá nhân và cà phê cũng như trà miễn phí. Phòng tắm riêng đi kèm bồn tắm, máy sấy tóc và đồ vệ sinh cá nhân miễn phí. Ga trải giường cũng được cung cấp cho khách.

Đội ngũ nhân viên giao tiếp được bằng 2 thứ tiếng tại quầy lễ tân 24 giờ sẵn lòng hỗ trợ khách với các dịch vụ giữ hành lý, đặt vé, thu đổi ngoại tệ và trợ giúp đặc biệt khác. Chỗ nghỉ cũng có bảo vệ 24/24, dịch vụ dọn phòng hàng ngày và dịch vụ taxi.

Bữa sáng tự chọn hàng ngày và các món ăn Việt Nam được phục vụ tại nhà hàng trong nhà. Ngoài ra, dịch vụ phòng 24 giờ cũng được cung cấp cho khách.

Quận 1 là lựa chọn tuyệt vời cho du khách thích bảo tàng, mua sắm và chợ.

Đây là khu vực ở TP. Hồ Chí Minh mà khách yêu thích, theo các đánh giá độc lập.

Chỗ nghỉ này là một trong những vị trí được đánh giá tốt nhất ở TP. Hồ Chí Minh! Khách thích nơi đây hơn so với những chỗ nghỉ khác trong khu vực.

2.1.2 Chức năng và nhiệm vụ của khách sạn

❖ Chức năng

- Bán và cung cấp các loại dịch vụ như: phòng ở, nhà hàng, phòng họp, tiệc, Spa...
- Chịu trách nhiệm về kết quả hoạt động kinh doanh và tổ chức mọi hoạt động sao cho đạt hiệu quả tốt nhất.

- Chấp hành đúng quy định của công ty chủ quản và nhà nước đề ra như: tuân thủ các quy tắc trong nhà hàng – khách sạn, phòng chống cháy nổ, thực hiện an toàn lao động...

❖ **Nhiệm vụ**

- Không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, sản phẩm, cơ sở vật chất để đạt tối đa hiệu quả kinh doanh.
- Luôn đáp ứng nhu cầu ăn uống, nghỉ ngơi, vui chơi và thư giãn của khách hàng, mang tới sự hài lòng nhất cho khách hàng.
- Tổ chức huấn luyện nâng cao nghiệp vụ chuyên môn, tay nghề, trình độ tiếng anh giao tiếp cũng như chuyên ngành cho nhân viên.
- Không ngừng cải thiện đời sống của cán bộ công nhân viên trong Khách Sạn, lắng nghe và giải quyết các vấn đề thắc mắc của nhân viên nhằm góp phần tăng hiệu quả lao động cũng như tiếp thu những ý kiến sáng tạo.
- Hoàn thành các chỉ tiêu kế hoạch được giao và đề ra.

2.1.3. Số lượng dịch vụ trong khách sạn

Phòng nghỉ: Khách **sạn Northern Saigon** với 90 phòng ngủ trang bị đẹp và rộng rãi, được thiết kế tiện nghi đến từng chi tiết với sự kết hợp giữa trang trí truyền thống và hiện đại. Ngoài ra, khách sạn còn có tầng không hút thuốc.

*Nhà hàng Sài Gòn **Northern Saigon**:* Tọa lạc ở tầng 9 của Khách sạn Northern Saigon, Nhà hàng với khung cảnh lãng mạn của sông Sài Gòn và sức chứa đến 250 khách là địa điểm ẩm cúng và thanh lịch cho các buổi gặp mặt, tiệc chiêu đãi, thư giãn khi ăn sáng, ăn trưa hoặc ăn tối. Với những món ăn được nấu theo kiểu Âu, Á, đặc biệt là các món ngon đặc trưng của Sài Gòn, Nhà hàng sẽ thỏa mãn niềm đam mê ẩm thực của khách hàng.

Khởi đầu cho một ngày mới, đối với khách lưu trú tại khách sạn sẽ được mời thưởng thức Buffet sáng theo kiểu Âu, kiểu Á hoặc các món ăn đặc trưng ẩm thực Việt Nam... Ngoài ra, thực khách còn được đội ngũ phục vụ của nhà hàng hướng dẫn pha cà phê Việt Nam theo cách truyền thống. Đối với khách vắng lai đến thưởng thức Buffet Sài Gòn hoặc dùng bữa trưa, bữa tối nếu có nhu cầu sử dụng phòng ăn riêng hoặc thay đổi vị trí ngồi theo yêu cầu đều được tận tình phục vụ.

Từ thứ hai đến thứ sáu nhà hàng phục vụ bữa trưa dành cho nhân viên văn

phòng với thực đơn đa dạng chi phí hợp lý. Thực khách đến dùng bữa trưa văn phòng sẽ được tặng 01 ly thức uống được pha chế theo công thức riêng, giúp cho thực khách xua tan ngay cảm giác mệt mỏi của ngày làm việc căng thẳng.

Thời gian phục vụ:

-A la carte : Từ 06:00 giờ sáng – 22:00 giờ tối

-Buffet sáng : Từ 06:00 giờ sáng – 9: 30 giờ sáng

-Set lunch : Từ 11: 30 giờ trưa – 13: 30 giờ trưa

- *Outside Catering*: Tổ chức tiệc trà, tiệc buffet, finger food... dần dần đã trở nên phổ biến và có xu hướng ngày càng được nhiều công ty lựa chọn để tri ân đến khách hàng, đối tác và cũng là lý do để các công ty có thể tiếp cận, thân mật hơn với các khách hàng của mình. Lựa chọn loại hình tiệc, địa điểm tổ chức tiệc làm sao để khách mời cảm giác ấm áp và sang trọng luôn là mối quan tâm hàng đầu cho đơn vị tổ chức, ngoài ra chi phí cho buổi tiệc cũng phải đảm bảo phù hợp ngân sách.

Dịch vụ chuyên nghiệp, chất lượng tốt nhất của Nhà hàng chúng em không dừng lại ở việc phục vụ mà còn luôn đổi mới từ thực đơn đến việc nâng cao gói dịch vụ trọn gói, đáp ứng được khả năng phục vụ tại địa điểm theo yêu cầu của khách hàng hay còn gọi là tiệc “outside cartering”, gói dịch vụ này phù hợp cho Công ty tổ chức liên hoan, tổng kết, tất niên, sinh nhật công ty... hình thức tiệc: Tiệc teabreak, tiệc buffet, finger food hoặc BBQ ngoài trời...

“Outside cartering” được lựa chọn không chỉ mang lại một không gian phù hợp nhu cầu cho chủ tiệc mà còn có ưu điểm là khách mời sẽ được trải nghiệm một sự kiện hoàn hảo và ấn tượng.

Phòng hội nghị: Khách sạn với 2 phòng họp có tầm nhìn hướng ra sông Sài Gòn hoặc cảnh quan Thành phố có thể phục vụ nhiều sự kiện: Họp, Hội thảo, Tiệc chiêu đãi, tiệc cưới. Với phong cách sang trọng trang nhã và đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp khách hàng sẽ cảm thấy thật sự thoải mái và hài lòng.

Dịch vụ bổ sung:

Phòng tập Gym: Nằm ở tầng 9 của khách sạn với tầm nhìn đẹp hệ thống máy móc đầy đủ hiện đại. Du khách sẽ được trải nghiệm cảm giác hòa mình với thiên nhiên cùng với những bài tập gym giữ gìn vóc dáng, nâng cao sức khỏe của chuyên

viên tư vấn dày dặn kinh nghiệm.

Dịch vụ xe đưa đón: Thư giãn và tận hưởng sự an toàn và thoải mái của dịch vụ xe đưa đón sân bay của khách sạn. Tài xế của khách sạn sẽ đón khi khách hàng đến, trông coi hành lý của khách và đưa khách đến chiếc xe sang trọng trang bị điều hòa hiện đại và hỗ trợ Wi-Fi tốc độ cao ngay trên xe. Với dịch vụ xe đưa đón cao cấp và sang trọng của khách sạn chắc chắn sẽ mang lại cảm giác hài lòng và thư giãn sau một chuyến đi dài.

2.1.4. Cơ cấu vật chất và trang thiết bị tại khách sạn

Khách sạn Northern Saigon là tòa nhà cao 13 tầng.

Tầng trệt là Lễ tân, tầng 1 là nhà hàng Nhật đang xây dựng

Từ tầng 2 đến tầng 8 là phòng nghỉ với 86 buồng trong đó:

Bảng 2.1: Các loại phòng tại khách sạn Northern Saigon

Loại phòng	Diện tích	Số lượng	View
Deluxe	32m ²	29	Nhìn ra sân vườn hoặc từ ban công
Senior Deluxe	32m ² - 40m ²	33	Nhìn ra sông Sài Gòn, thành phố hoặc
Executive	40m ²	5	Nhìn ra sông Sài Gòn hoặc thành phố.
Suite	44m ²	4	Nhìn ra thành phố
Gia Đình Suite	50m ²	1	Nhìn ra thành phố hoặc sông Sài Gòn

* Nhận xét:

Khách sạn có lối kiến trúc đơn giản sang trọng, mang lại cảm giác ấm cúng cho du khách. Ngoài ra các trang thiết bị trong phòng hiện đại, tiện nghi đáp ứng đủ tiêu chuẩn 4 sao. Điểm đặc biệt ở phòng nghỉ là tất cả các phòng đều được lót sàn gỗ mang lại cho khách hàng cảm giác thoải mái ấm cúng.

2.1.5. Cơ sở vật chất trang thiết bị

Cơ sở vật chất kỹ thuật của Khách sạn Northern Saigon.

Bảng 2.2: Cơ sở vật chất kỹ thuật của Khách sạn Northern Saigon.

Chỉ tiêu	ĐVT	Số lượng
1. Bộ phận lưu trú		
- Tổng số phòng	Phòng	90
- Tổng số giường	Giường	172
2. Bộ phận ăn uống		
- Tổng số nhà hàng và phòng hội nghị	Cái	5
- Tổng số bàn	Chiếc	140
- Tổng số ghế	Chiếc	1400
- Quầy bar	Quầy	2
3. Phương tiện vận chuyển	Chiếc	5
4. Các dịch vụ bổ sung		
- Internet	Quầy	1
- Massage	Cơ sở	2
- Giặt là	Máy	6
- Quầy lưu niệm	Quầy	1

❖ **Tiện nghi và các dịch vụ của khách sạn**

Khách sạn có 1 nhà hàng và quầy bar phục vụ 24/24 , ngoài ra còn có 1 phòng họp, phòng họp tọa lạc tại lầu 8 sức chứa 40-50 khách, bên ngoài có Bar đầy đủ các loại rượu, Lobby tầng G, phòng gym lầu 12, Buffet tầng M, lầu 9 hồ bơi, phòng Relax, Nhà hàng sức chứa 120 khách với đủ bàn ghế và trang thiết bị hiện đại.

Ngoài ra, các trang thiết bị trong phòng tất cả đều có tivi , máy lạnh, minibar, truyền hình cáp , mạng wifi, ADSL sử dụng miễn phí. Riêng phòng Deluxe và Supper Deluxe có bồn tắm massage. Tất cả các phòng đều có nước suối, trà, coffee miễn phí.

Bên cạnh đó có phòng tập gym hiện đại với máy chạy bộ, máy tập tạ, máy tập thể hình, máy tập cơ chân, trong phòng gym có cả điều hòa, máy nước nóng lạnh, tivi. Hồ bơi được thiết kế sắc sảo với tầm nhìn ở các tòa nhà cao của thành phố, và một quầy bar nhỏ để du khách tận hưởng các đồ uống hấp dẫn.

Trong phòng và hành lang đều có thiết bị phát hiện khói và còi báo động. Bên

ngoài các cầu thang đều có thiết bị chữa cháy như: vòi nước, búa. Xà beng, xô, gậy, nón, bình chữa cháy.

Mỗi hành lang đều được trang trí cây xanh, tiền sảnh của khách sạn có 1 quầy internet, mỗi quầy có 4 máy, có 4 tivi âm tường chia đều 2 sảnh, có quầy tourdesk hỗ trợ khi khách có nhu cầu muốn đi du lịch.

❖ Thông Tin chung về Khách sạn Northern Saigon Hotel

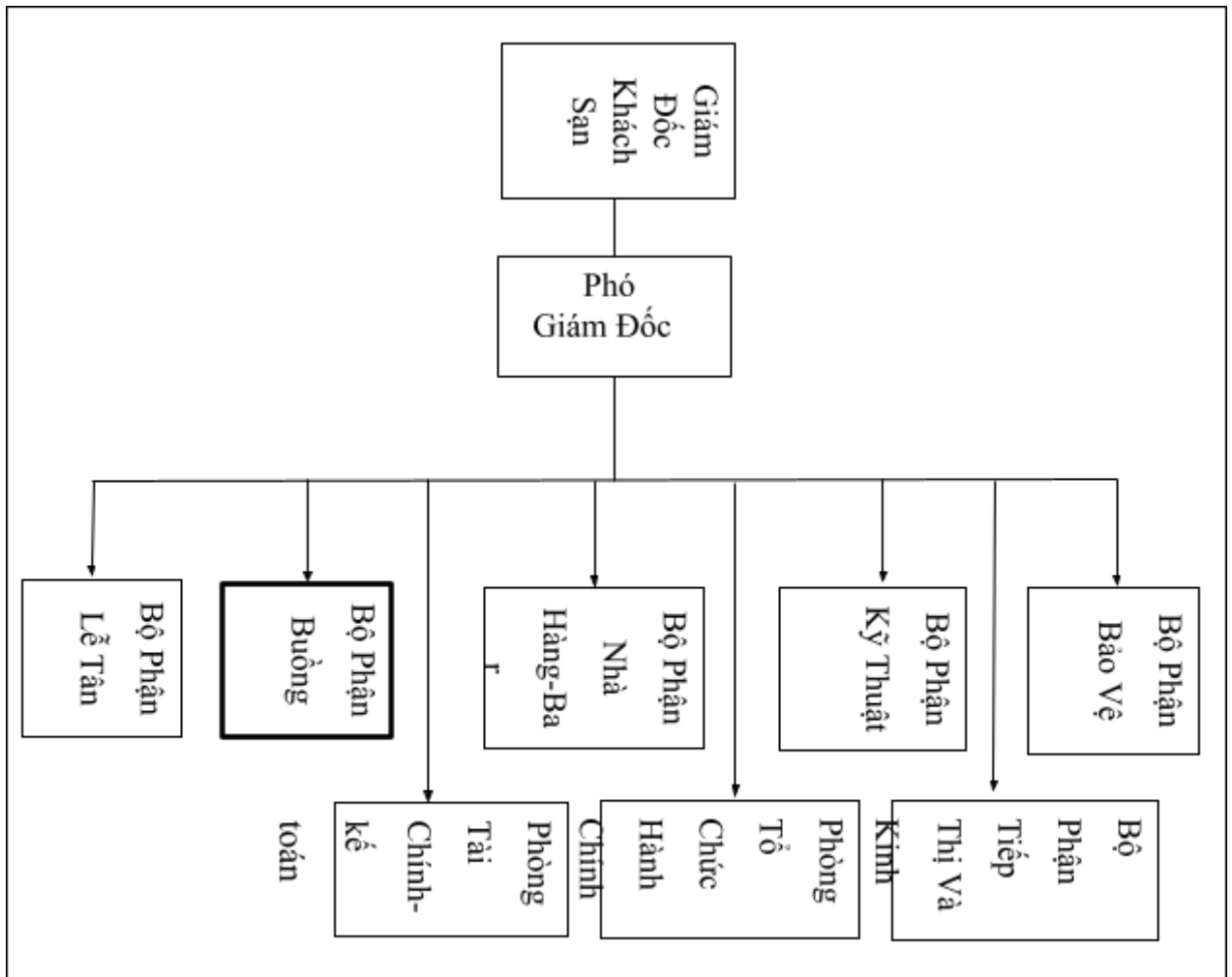
- Tọa lạc tại trung tâm kinh doanh năng động của Thành phố Hồ Chí Minh và khu phức hợp của quận 1, Northern Saigon Hotel là một không gian thoải mái, an toàn và hòa bình. Ba cơ sở đầu của khách sạn không chỉ thuận tiện cho du khách đến tham quan khu du lịch, khu vui chơi và siêu trung tâm mà còn tự hào về một điểm đến lý tưởng cho các doanh nhân và các chuyến đi kinh doanh hàng đầu chuyên tại Thành Phố Hồ Chí Minh.

Cùng với dịch vụ hoàn hảo và hiện đại, đội ngũ nhân viên thân thiện và chuyên nghiệp, tỷ lệ giá cả phải chăng, Khách Sạn sẽ mang lại sự hài lòng cho du khách khi lưu trú tại Khách sạn Northern Saigon.

Nhìn chung thì tình hình về cơ sở vật chất trong khách sạn được trang bị đầy đủ, đồng bộ có thể cùng lúc phục vụ được số lượng lớn khách trong mùa cao điểm với số lượng phòng ngủ lên tới 86 phòng, số lượng nhà hàng và phòng hội nghị là 5 cơ sở có qui mô khá lớn. Là một khách sạn đạt tiêu chuẩn 4 sao với các cơ sở đó có thể làm cho khách hàng cảm thấy thoải mái, tiện nghi trong quá trình sử dụng từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ tại khách sạn, nhà hàng.

2.1.6.Cơ cấu tổ chức khách sạn

2.1.6.1 Sơ đồ cơ cấu tổ chức của khách sạn Northern Saigon



Hình 2.2: Cơ cấu tổ chức ở khách sạn Northern Saigon

2.1.6.2 Nhiệm vụ và chức năng của các phòng ban:

- **Giám Đốc**
 - Là người đứng đầu khách sạn, chịu trách nhiệm về quản lý, điều hành chung, nhờ sự tham mưu, trợ giúp của các phòng chức năng để đề ra các chiến lược kinh doanh.
 - Hoạch định các chính sách của khách sạn để nguồn lực đạt hiệu quả cao. Tổ chức bộ máy quản trị, nhân sự, tổ chức công việc.
 - Đề ra các quy định, điều lệ của khách sạn, giám sát công việc một cách chặt chẽ và kịp thời khắc phục những sai sót.
- **Bộ Phận Lễ Tân**
 - Nhiệm vụ quan trọng của bộ phận lễ tân trong khách sạn là bán dịch vụ buồng của khách sạn cho khách. Thông thường các nhân viên của bộ phận lễ tân phải tham gia vào việc đưa ra các dự báo về tình hình đặt buồng của khách sạn trong

những giai đoạn nhất định. Trên cơ sở nghiên cứu và dự báo đó, bộ phận lễ tân có thể tham gia vào việc kiến nghị mức giá cho thuê buồng tại các thời điểm nhất định và thúc đẩy việc kinh doanh buồng của khách sạn một cách có hiệu quả.

- Bộ phận lễ tân cũng phải thực hiện chức năng “liên hiệp và phối hợp trong khách sạn”. Thông qua sự tiếp xúc trực tiếp với khách, bộ phận này có nhiệm vụ thông tin cho các bộ phận trong khách sạn mọi vấn đề về yêu cầu, đòi hỏi và phản hồi của khách, giúp đỡ các bộ phận khác có thể thực hiện phục vụ, thỏa mãn nhu cầu của khách một cách tốt nhất.
- Ngoài ra, bộ phận lễ tân còn đảm nhiệm các nhiệm vụ như:
 - ☐ Làm thủ tục nhận buồng khi khách đến khách sạn.
 - ☐ Đảm bảo duy trì thông tin chính xác về tình trạng buồng.
 - ☐ Bố trí buồng (loại buồng, buồng dành cho khách hút thuốc/ không hút thuốc, khách có những yêu cầu đặc biệt khác...).
 - Cung cấp dịch vụ thông tin cho khác.
 - Giải đáp thắc mắc cho khách.
 - Hướng dẫn khách (một cách thích hợp).
 - Nhận yêu cầu đặt buồng.
 - Làm thủ tục trả buồng cho khách.
 - Phục vụ các yêu cầu về dịch vụ vận chuyển, đăng ký vé máy bay, gọi taxi...
 - Giải quyết các phàn nàn của khách.
- *Bộ Phận Buồng*
 - Chịu trách nhiệm về vệ sinh trong khách sạn: buồng khách, khu nhà hàng, khu hội họp, khu sảnh...
 - Thường xuyên kiểm tra tình hình các trang thiết bị tiện nghi trong buồng để báo cáo cho bộ phận kỹ thuật sửa chữa, kiểm tra và thay thế các đồ dùng bổ sung của khách như: Bàn chải đánh răng, khăn tắm, xà phòng, ga trải giường, nước uống...
 - Lên kế hoạch bảo dưỡng, bảo trì các phòng hội họp, nhà hàng, khu vực sảnh...theo định kỳ, hàng ngày, hàng tuần, hàng tháng.
 - Kiểm tra, kiểm soát về chi tiêu cho bộ phận: hóa chất vệ sinh, dụng cụ vệ sinh, hàng vải, chi tiêu cho trang trí hoa.

- Thường xuyên liên lạc về tình trạng buồng cho bộ phận lễ tân để bán buồng và kiểm soát tình trạng các buồng.
- Lên lịch làm việc và quản lý số lượng nhân viên trong bộ phận.
- Ngoài ra nhân viên còn đảm nhận một số công việc để phục vụ khách như: Giặt, ủi,...
- *Bộ Phận Nhà Hàng – Bar*
 - Xây dựng thực đơn cho khách, xác định khẩu phần ăn thích hợp với giá bán.
 - Đảm bảo chất lượng phục vụ đạt tiêu chuẩn, cung cấp các bữa ăn cho khách hàng.
 - Có trách nhiệm tổ chức các loại hình tiệc, hội nghị có chất lượng cao.
 - Đề ra các kế hoạch, chương trình ẩm thực phù hợp thời điểm và tình hình kinh doanh chung của khách sạn.
 - Các món ăn được tạo ra không chỉ đẹp mà còn phải đảm bảo chất lượng, ngon, lạ, phong phú đáp ứng các nhu cầu khác nhau mà giá cả phải thật hợp lý.
- *Bộ Phận Kỹ Thuật*
 - Thực hiện toàn bộ công việc về bảo dưỡng, sửa chữa các loại tài sản, thiết bị lao động, hệ thống điện nước, điều hòa không khí... lập kế hoạch bảo dưỡng, sửa chữa thiết bị theo định kì.
 - Thường xuyên kiểm tra các trang thiết bị, tài sản của khách sạn, thực hiện bảo dưỡng các trang thiết bị luôn ở trạng thái sẵn sàng hoạt động để đem lại hiệu quả kinh tế cao nhất.
- *Bộ Phận Bảo Vệ*
 - Bảo vệ an toàn về người và tài sản của khách cũng như khách sạn.
 - Đề ra các quy định và các biện pháp an toàn đạt hiệu quả, xử lý kịp thời các tình huống xảy ra làm mất an ninh trong khách sạn, có phương án phòng cháy chữa cháy, bố trí ca kíp vào vị trí làm việc đảm bảo 24/24 giờ đối với người làm nhiệm vụ.
 - Quản lý thời gian ra vào của nhân viên khách sạn.
- *Phòng Tài Chính Kế Toán*

- Chịu trách nhiệm về các vấn đề thu mua, thanh toán, thu thập thông tin, lưu trữ dữ liệu, hồ sơ hay các sổ sách chứng từ có liên quan, viết các bản báo cáo kết quả kinh doanh và tình hình hoạt động của khách sạn.
- Thực hiện báo cáo định kì cho giám đốc về những thống kê kế toán chính xác
- Có trách nhiệm ghi kế hoạch, lập hoạch toán kinh tế, kiểm soát chi tiêu, tiết kiệm chi phí, kịp thời phản ánh những khó khăn, thiếu sót cho lãnh đạo để có biện pháp xử lý thích hợp.
- *Phòng Tổ Chức Hành Chính*
 - Giải quyết mọi vấn đề liên quan đến nhân sự, tuyển dụng, sa thải, khen thưởng, kỷ luật nhân viên.
 - Giải quyết các công việc liên quan đến công văn, giấy tờ, hợp đồng mua bán.
 - Tiếp nhận và giải quyết các yêu cầu của nhân viên.
 - Cung cấp nguồn nhân lực cho khách sạn.
- *Bộ Phận Tiếp Thị Kinh Doanh*
 - Tìm kiếm thị trường khách mới, phát triển thị trường khách cũ của khách sạn.
 - Đưa ra các chiến dịch quảng cáo, khuyến mãi, chiêu thị, các chương trình đặc biệt vào các ngày lễ.

2.1.7. Kết quả kinh doanh bộ phận phòng tại khách sạn Northern Saigon

Trong giai đoạn 2016 – 2018, tình hình hoạt động kinh doanh của khách sạn Northern Saigon tương đối khả quan, tổng số lượt khách đến lưu trú tại khách sạn qua mỗi năm đều tăng dẫn đến doanh thu cũng tăng lên.

Kết quả kinh doanh là một chỉ tiêu, là thước đo chất lượng phục vụ của khách sạn, được thể hiện bằng những con số cụ thể, là sự lượng hóa một chỉ tiêu mang tính trừu tượng, mang tính dịch vụ; vì vậy kết quả kinh doanh được xem xét trước tiên.

Đây là vấn đề mà doanh nghiệp nói chung và khách sạn Northern Saigon nói riêng đều quan tâm, để biết rõ hơn chúng ta xem xét các bảng số liệu sau:

Bảng 2.3: Kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn Northern Saigon giai đoạn 2016- 2018

(ĐVT: Triệu đồng)

Năm	2016		2017		2018		So sánh	
	Số liệu	Tỷ lệ	Số liệu	Tỷ lệ	Số liệu	Tỷ lệ	2017/2016	2018/2017

Chỉ tiêu		(%)		(%)		(%)	Số liệu	Tỷ lệ (%)	Số liệu	Tỷ lệ (%)
Doanh thu	54983	100	59884	100	65907	100	1,09	100	1,1	100
Chi phí	22338	40,6	24761	41,3	22668	34,4	1,11	101,8	0,9	81,8
Lợi nhuận	32645	59,4	35123	58,7	43239	65,6	1,08	99,1	1,2	109,1

(Nguồn: báo cáo tài chính của khách sạn Northern Saigon 2017 – 2018)

Nhận xét:

Nhìn chung, chi phí có biểu hiện tăng giảm không đều, doanh thu và lợi nhuận đều tăng qua các năm từ năm 2016 đến năm 2018. Cụ thể:

Doanh thu: năm 2016 đạt 54983 triệu đồng, năm 2017 đạt 59884 triệu đồng tăng 1,09 lần, năm 2018 đạt 65907 triệu đồng tăng 1,1 lần so với cùng kỳ năm trước (nguồn thu chủ yếu từ khách nội địa).

Chi phí: năm 2016 khoảng 22338 triệu đồng, vào năm 2017, do có chính sách đầu tư thay đổi cơ sở vật chất nên chi phí tăng lên 24761 triệu đồng. Nhưng đến năm 2018, do đầu tư thay đổi được cắt giảm nên chi phí giảm xuống còn 22668 triệu đồng.

Bảng 2.4: Cơ cấu nguồn khách của khách sạn Northern Saigon giai đoạn 2017-2018

(ĐVT: Lượt khách)

Chỉ tiêu	2017		2018		Tốc độ tăng trưởng
	Số lượng	Tỷ trọng (%)	Số lượng	Tỷ trọng (%)	2018/2017
Khách nội địa	12.256	42	18.856	60	154%

Khách quốc tế	16.926	58	12.570	40	74%
Tổng	29.182		31.426		228%

(Nguồn: báo cáo tài chính khách sạn Northern Saigon 2017 – 2018)

Nhận xét:

Từ bảng số liệu trên ta thấy được tình hình thu hút khách du lịch nội địa tăng hơn so với khách quốc tế và tỷ lệ khách quốc tế giữa 2 năm có sự thay đổi rõ rệt. Vào năm 2017, lượng khách quốc tế là 16.926 lượt chiếm 58% lượng khách đến khách sạn. Nhưng đến năm 2018, lượng khách quốc tế giảm xuống còn 12.570 lượt chỉ còn chiếm 40%. Nguyên nhân dẫn đến tình hình thu hút khách du lịch quốc tế giảm là do một số nước giảm giá đồng nội tệ làm cho việc đi du lịch nước ngoài đắt lên, đồng thời do một số nguyên nhân chủ quan ở trong nước như: hoạt động quảng bá, tiếp thị còn ít, không phong phú, đa dạng; việc nâng cao chất lượng phục vụ và tính chuyên nghiệp của công tác du lịch còn chậm, việc đảm bảo an toàn giao thông, tránh ùn tắc làm chưa được nhiều,...

2.1.8. Giới thiệu về bộ phận Housekeeping của khách sạn Northern Saigon

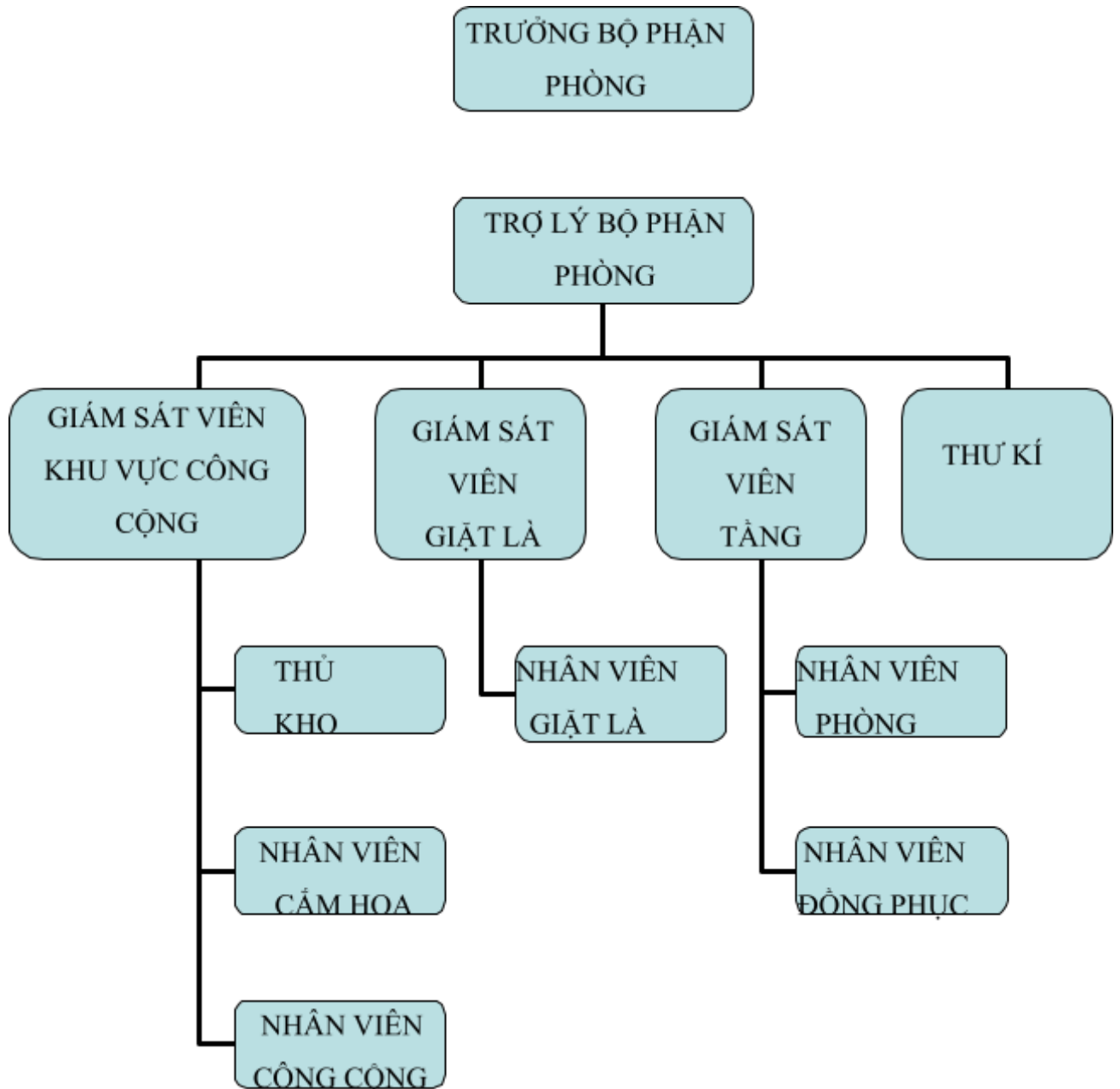
2.1.8.1. Cơ cấu tổ chức nhân sự của bộ phận Housekeeping

Bộ phận buồng phòng là một trong 3 bộ phận chính của khách sạn, đây là bộ phận thường xuyên tiếp xúc với khách và đóng vai trò then chốt trong việc tạo ra chất lượng dịch vụ tại khách sạn để luôn làm hài lòng khách hàng. Chính vì vậy đội ngũ nhân viên bộ phận buồng phòng luôn được khách sạn chú trọng đào tạo và phát triển nâng cao tay nghề nghiệp vụ để có thể mang lại chất lượng dịch vụ tốt nhất, vượt trên sự mong đợi của khách hàng như mục tiêu đang hướng đến của khách sạn.

Hoạt động chính của kinh doanh lưu trú nói riêng và kinh doanh khách sạn nói chung là kinh doanh dịch vụ buồng ngủ.

Đây là dịch vụ cơ bản nhất mà khách sạn cung cấp cho khách, thông qua việc cung cấp các buồng ngủ với các tiện nghi sẵn có để tiến hành việc tái phân phối thu nhập xã hội dưới hình thức xuất khẩu tại chỗ.

Nhờ vào lưu lượng khách lưu trú tại khách sạn mà các dịch vụ khác phục vụ khách cũng được mở rộng và phát triển như: dịch vụ ăn uống, dịch vụ vui chơi giải trí, dịch vụ spa,...sẽ tăng cường doanh thu cho khách sạn.



Hình 2.3: Sơ đồ tổ chức trong bộ phận buồng phòng

(Nguồn: Khách sạn Northern Saigon)

2.1.8.2. Chức năng và nhiệm vụ của từng chức danh thuộc bộ phận Housekeeping

Trưởng bộ phận phòng – Executive housekeeper

- Báo cáo trực tiếp cho Ban Giám Đốc các hoạt động của bộ phận phòng.
- Phối hợp với các bộ phận khác trong khách sạn, đặc biệt là bộ phận Tiếp tân và Kỹ thuật, nhằm đảm bảo phòng ốc luôn sạch sẽ, ngăn nắp và được bảo dưỡng tốt, sẵn sàng cho khách thuê.

- Giám sát công việc của nhân viên. Kiểm tra và chỉ đạo lịch công tác ngày, tuần, tháng cho nhân viên thuộc quyền.
- Thông báo triển khai các chương trình công tác, quy trình nghiệp vụ cho các Trưởng tầng, Trưởng nhóm và theo dõi kiểm tra thực hiện.
- Theo dõi, đánh giá tinh thần phục vụ và tác phong công tác của các Trưởng tầng, Trưởng nhóm cũng như nhân viên trong Bộ phận nhằm đảm bảo liên tục chất lượng phục vụ tốt.
- Đảm bảo tình trạng vệ sinh phòng khách và công cộng sạch sẽ, các tiện nghi phục vụ khách được hoàn hảo.
- Tuyển dụng, đào tạo và đề bạt nhân viên.
- Lập kế hoạch huấn luyện và chương trình bồi dưỡng nghiệp vụ định kỳ cho nhân viên.
- Nghiên cứu các yếu kém của nhân viên để có biện pháp cải thiện. Động viên, khen thưởng nhân viên xuất sắc trong công việc, bình chọn nhân viên tiêu biểu hàng tháng và năm.
- Lập báo cáo tổng hợp, định kỳ về nhân sự và hoạt động của Bộ phận phòng.
- Phối hợp tốt với các bộ phận khác, giải quyết những yêu cầu khiếu nại của khách.

Thư ký văn phòng - Secretary Housekeeping

- Nhận thông tin từ các bộ phận liên quan hoặc khách:
 - + Ghi chú vào sổ lưu trữ thông tin của bộ phận Phòng.
 - + Chuyển thông tin đến người có trách nhiệm để giải quyết kịp thời phục vụ khách.
- Kiểm tra và giao, nhận chìa khóa phòng khách, khóa kho bộ phận Phòng mỗi ngày.
- Đề xuất những yêu cầu sửa chữa theo đề nghị của Trưởng bộ phận, các Giám sát viên đến bộ phận kỹ thuật.
- Ghi nhận và báo cáo đến Trưởng bộ phận:
 - + Vật dụng khách bỏ quên (Lost and Found) và vật dụng khách làm hư (Lost and Breakage).
 - + Vật dụng khách mang theo (khi trả phòng) và mượn thêm khi ở khách sạn.

- Báo cáo tình trạng phòng khách (Room Status) đến bộ phận tiếp tân mỗi ngày.
- Ghi nhận và báo cáo đến trưởng bộ phận những điều than phiền của khách.
- Lưu trữ các hồ sơ cá nhân của nhân viên:
 - + Lý lịch, phép năm, nghỉ ốm.
 - + Khen thưởng và kỷ luật.
 - + Huấn luyện, đào tạo và đề bạt.
- Hoàn chỉnh và lưu trữ các biên bản họp của bộ phận Phòng hàng tháng.
- Tổng hợp các báo cáo định kỳ về hoạt động bộ phận Phòng đến Tổng Giám Đốc.
- Hoàn thành các nhiệm vụ khác do Trưởng bộ phận giao phó.

Giám sát viên tầng - Floor Supervisor

- Phân công, điều phối công việc hàng ngày, đảm bảo nhân viên luôn có đủ trang bị và dụng cụ cần thiết thực hiện nhiệm vụ.
- Kiểm tra phòng khách, bao gồm phòng có khách và phòng trống, đảm bảo phòng luôn sạch sẽ, ngăn nắp và đầy đủ tiện nghi theo tiêu chuẩn.
- Giám sát các khu vực khác được phân công, đảm bảo luôn sạch sẽ.
- Kiểm tra các trang bị, tiện nghi trong phòng khách và khu vực công cộng, báo cáo và lập các yêu cầu sửa chữa, theo dõi việc sửa chữa các hư hỏng.
- Lắng nghe ý kiến của khách, đáp ứng các yêu cầu và giải quyết các than phiền của khách.
- Thực hiện chính xác báo cáo tình trạng phòng và báo cáo kiểm tra phòng...
- Thực hiện các quy định của khách sạn về sử dụng hợp lý năng lượng, nguyên liệu, nước sạch, giảm thiểu việc phát thải tiếng ồn, hóa chất ra môi trường và các quy định khác về giữ gìn và bảo vệ môi trường.
- Lập và thực hiện kế hoạch đào tạo nhân viên, nhất là nhân viên mới, trực tiếp tham gia huấn luyện nghiệp vụ để nâng cao trình độ và kỹ năng nghiệp vụ cho nhân viên, đảm bảo mọi nhân viên thực hiện đúng quy trình và tiêu chuẩn phục vụ khách.

Nhân viên giặt là - Laundry Attendent

- Kiểm tra tất cả các loại quần áo đặc biệt khi có dấu hiệu bị rách hay quá bẩn.
- Phân loại tất cả các mặt hàng riêng biệt theo mỗi loại.

- Đưa vào máy và đếm chính xác số lượng quần áo màu cùng loại nhanh chóng và hiệu quả.
- Nhận và tẩy sạch mọi vết bẩn.
- Biết rõ các loại hóa chất và công dụng của chúng.
- Biết rõ nhiệt độ phù hợp với việc giặt, giặt khô của nhiều chất liệu vải và mặt hàng vải sợi khác nhau.
- Tất cả máy móc phải được lau chùi sạch sẽ sau mỗi ngày làm việc.
- Giữ gìn khu vực làm việc ngăn nắp, gọn gàng và thứ tự.
- Kiểm lại tất cả các mặt hàng trước khi sấy thường.
- Tất cả các vết bẩn phải được tẩy sạch trước khi giặt.
- Nhận và giao hàng giặt ủi cho khách.
- Phải đạt được tiêu chuẩn về giặt ủi được đặt ra bởi Ban Giám Đốc.
- Đánh dấu và để riêng ra quần áo của khách hay của khách sạn.
- Thực hiện những công việc liên quan do ban giám đốc yêu cầu.

Nhân viên bộ phận đồng phục

- Mở cửa phòng đồng phục từ 6h30 sáng. Hỗ trợ trong việc phân phát quần áo và đồng phục. Sắp xếp các loại quần áo và đồng phục đúng chỗ.
- Luôn giữ mọi thứ trong phòng thử đồ đúng vị trí, phòng phải luôn sạch sẽ và ngăn nắp.
- Phân loại và kiểm tra các mặt hàng bị hư hỏng, hay rách để may vá, sửa chữa.
- Hỗ trợ trong việc sửa chữa các loại quần áo, đồng phục.
- Kiểm tra các đồng phục, quần áo và chắc chắn đạt tiêu chuẩn do ban giám đốc đề ra...
- Trong trường hợp mất đồng phục, nhân viên phải nhận một mẫu khác từ bộ phận nhân sự. Báo cáo mất mát hay hư hỏng và trình cho trưởng bộ phận buồng phòng.

Nhân viên khu vực công cộng

- Thực hiện các công việc sau theo sự phân công của cấp trên và đảm bảo nội dung công việc thực hiện đúng theo quy trình được hướng dẫn:
- + Lau bụi cửa kiếng, bàn ghế, sofa, hút bụi, tẩy các vết dơ trên thảm.

- + Làm sạch các vết dơ trên tường, làm sạch hành lang, cầu thang, thang máy.
- + Đổ gạt tàn, làm sạch sảnh tiếp tân, nhà hàng, phòng họp.
- Quét và làm sạch vỉa hè.
- Làm sạch và bổ sung vật dụng cho các nhà vệ sinh công cộng.
- Lau sạch lối đi và nhà vệ sinh nhân viên.
- Nắm vững cách sử dụng máy móc, dụng cụ và công dụng các loại hóa chất làm vệ sinh.
- Báo cáo các mất mát, hư hỏng được phát hiện trong khu vực làm việc.
- Lau chùi, bảo quản máy móc, dụng cụ, sắp xếp xe đẩy, hóa chất, chuẩn bị các vật dụng vào cuối mỗi ca làm việc.
- Kê khai và giao nộp các vật dụng khách để quên.
- Thực hiện các yêu cầu của khách sạn về công tác an toàn và phòng cháy.
- Tham dự các buổi họp hoặc huấn luyện theo yêu cầu.

2.1.8.3. Mối quan hệ giữa bộ phận Housekeeping với các bộ phận khác

Trong kinh doanh khách sạn thì bộ phận Housekeeping giữ một mối quan hệ chặt chẽ với các bộ phận khác như lễ tân, bộ phận bàn – bar, bộ phận bảo vệ, bộ phận phụ trách nhận sự,...

Với bộ phận lễ tân

- Các trưởng ca phục vụ buồng thuộc bộ phận Housekeeping hàng ngày mỗi đầu ca phải căn cứ vào tình hình kiểm tra buồng khách lập biểu thông báo cho bộ lễ tân số buồng đã có khách thuê, số buồng chưa có khách thuê, số buồng chưa làm vệ sinh, số buồng khách sắp trả, số buồng hư hỏng.
- Khi khách có khiếu nại hoặc mâu thuẫn với khách thì bộ phận lễ tân phải phối hợp với bộ phận buồng phòng giải quyết một cách thỏa đáng.
- Nếu khách làm hỏng phương tiện hoặc làm mất vật dụng trong buồng thì trưởng phục vụ buồng phải kịp thời báo cho bộ phận lễ tân giải quyết việc bồi thường.

Với bộ phận bàn – bar

- Phối hợp với bộ phận bàn – bar nhằm phục vụ khách dùng bữa tại buồng nghỉ, dọn dẹp sau khi khách dùng bữa xong.

- Khi khách yêu cầu phục vụ ăn uống đặc biệt tại buồng nghỉ, nếu trưởng bộ phận Housekeeping đồng ý thì trưởng nhóm phục vụ buồng liên hệ trực tiếp với bộ phận ăn uống để phục vụ khách.

Với bộ phận bảo vệ

Bộ phận phục vụ buồng phải tích cực giúp bộ phận bảo vệ làm tốt công tác bảo vệ khách sạn, kịp thời ngăn chặn các nhân tố gây ra mất an toàn trong khách sạn. Ngược lại bộ phận bảo vệ có trách nhiệm truyền đạt tri thức phòng cháy chữa cháy cho nhân viên của bộ phận phục vụ buồng, đồng thời bảo đảm việc mang hàng hóa ra vào khách sạn, tránh mất mát cho khách và cho khách sạn.

Với bộ phận nhân sự

- Bộ phận buồng phối hợp với bộ phận nhân sự xác định biên chế và căn cứ vào tình hình thực tế để tuyển dụng nhân viên. Trưởng bộ phận Housekeeping lập kế hoạch bồi dưỡng, đào tạo nhân viên, thông báo và yêu cầu bộ phận phụ trách nhân sự phối hợp, giúp đỡ.

- Bộ phận buồng phối hợp với bộ phận nhân sự thực hiện phát động phục cho nhân viên mới, thu hồi trang phục khi nhân viên thôi việc.

Với bộ phận hỗ trợ kỹ thuật

- Bộ phận buồng phòng thường xuyên kiểm tra báo cáo hư hỏng cho bộ phận kỹ thuật để kịp thời khắc phục, sửa chữa.

Bộ phận kỹ thuật phải luôn phối hợp với bộ phận buồng phòng trong công tác bảo trì hệ thống tiện nghi trong phòng nhằm bảo đảm chất lượng cho khách.

2.2. Đánh giá thực trạng chất lượng dịch vụ tại khách sạn Northern Saigon

2.2.1. Chất lượng cơ sở vật chất, trang thiết bị khách sạn

2.2.1.1. Trang thiết bị, tiện nghi trong buồng ngủ

a) Giường

- Phòng Standard (24m²): 2 giường đơn (1.2m x 2m) hoặc 1 giường đôi (1.6m x 2m) hoặc 1 giường đơn (1.4m x 2m).
- Phòng Superior (24 – 28m²): 2 giường đơn (1.4m x 2m) hoặc 1 giường đôi (1.6m x 2m).
- Phòng Suite (40m²): 1 giường đôi (1.4m x 2m) và 1 giường đơn (1.2m x 2m) hoặc 1 giường đôi (1.6m x 2m).

- Phòng Family (40m²): 1 giường đôi (1.6m x 2m) và 1 giường đơn (1.4m x 2m) hoặc 2 giường đôi (1.6m x 2m).

b) Nệm, gối, drap

- Nệm: phòng standard dùng nệm lò xo, các loại phòng còn lại dùng nệm Kym Đan (khu A nệm dày 20cm, khu B nệm dày 10cm).
- Gối: giường đơn 1 gối, giường đôi 2 gối, mỗi giường đều có gối trang trí và tấm trang trí.
- Drap: mỗi giường trải 1 drap (có thể 2 drap nếu khách có yêu cầu), phía trên phủ một tấm chăn được trải theo quy định khách sạn.
(Tất cả nệm, gối, drap, chăn, hàng vải,... đều có in logo khách sạn).

c) Đèn đầu giường

Mỗi đầu giường đều được gắn 1 đèn ngủ, có thể điều chỉnh được độ sáng. Ánh sáng của đèn đầu giường vừa đủ nhẹ để không làm loãng không gian, đủ sáng để đọc sách và hài hòa với màu sơn của tường.

d) Rèm cửa sổ

Các cửa sổ mỗi phòng đều được che rèm vải, 2 lớp; lớp ngoài là loại vải chống nắng, dày, màu xanh nhẹ nhàng, bên trong là lớp voan mỏng, rèm có độ dài tới sàn tạo sự sang trọng.

e) Bàn làm việc, gương soi và đèn bàn

Bàn làm việc (có thể dùng làm bàn trang điểm) bằng gỗ, có 1 ngăn kéo, bàn được đặt sát tường, phía trên là 1 chiếc gương lớn, cạnh trên của gương có 1 đèn neon nhỏ, phía dưới gầm bàn là 1 chiếc ghế gỗ mặt có một lớp nệm (khu B: ghế ngồi của bàn làm việc là ghế dựa). Trên mặt bàn đặt 1 quyển sổ (trong sổ bao gồm: thông tin tổng quát về khách sạn, danh sách các vật dụng trong phòng, bao thư, bảng giá thuê xe, bảng giá nước đặt trong phòng, bảng giá giặt ủi, phiếu lấy ý kiến khách hàng,...), khay đựng nước Free, brochure khách sạn, tạp chí, ấm điện và 1 đèn bàn.

f) Rổ đựng quần áo cần giặt và bàn chải quần áo

Rổ đựng quần áo cần giặt được đặt trong tủ quần áo hoặc trên kệ để hành lý bên cạnh bàn làm việc. Trong rổ đựng 1 bàn chải quần áo, 1 túi giặt ủi, 1 phiếu ghi những quần áo khách đưa giặt (do khách ghi) và 1 bảng hướng dẫn khách để quần áo cần giặt vào.

g) Ấm điện đun nước

Mỗi phòng đều có 1 ấm điện đun nước siêu tốc, đun nước sôi chỉ trong vòng 5 phút; có lớp cách nhiệt đảm bảo an toàn khi sử dụng; thân và đế có thể tách rời dễ dàng cho việc vệ sinh, chùi rửa; tự động ngắt điện khi nước sôi và chịu được va đập.

h) Bàn (tủ đầu giường) đặt điện thoại, điều khiển TV, điều khiển máy lạnh

Phía dưới đèn đầu giường có 1 chiếc bàn nhỏ bằng gỗ, có 1 ngăn chứa đồ. Trên mặt bàn đặt điện thoại, điều khiển TV, điều khiển máy lạnh. Cạnh phía trước bàn là một dàn công tắc điều khiển hệ thống điện trong phòng.

(Phòng VIP có thêm kết sắt được đặt trên bàn).

i) Máy lạnh

Hai thương hiệu máy lạnh được khách sạn lựa chọn là LG và Panasonic. Mỗi phòng lắp đặt 1 máy lạnh, điều chỉnh ở nhiệt độ 25°C; điều hòa nhiệt độ, độ ẩm và làm sạch không khí.

j) TV

Đối diện giường ngủ là 1 tủ gỗ cao 1m, gồm 4 kệ: kệ trên cùng đặt 1 TV sony màu 21 inch, dày, màn hình cong (phòng VIP: TV samsung hoặc toshiba 32 inch, mỏng, màn hình phẳng) , 3 kệ còn lại dành cho khách sử dụng.

k) Bàn uống trà

Mặt bàn làm bằng kính, khung bàn làm bằng gỗ, hai bên bàn là 2 chiếc ghế gỗ được lót nệm. Trên mặt bàn đặt 1 bình trà và 2 tách uống trà bằng sứ trắng (có đĩa kê tách), bên cạnh là 2 ly thủy tinh cao (có đế lót bằng thủy tinh), dùng uống nước và một chiếc hũ nhỏ bằng sứ trắng có nắp đậy dùng để đựng các túi trà. Phía sau cách bàn 25cm có 1 đèn đứng, vành dưới chụp đèn cao cách mặt bàn 1.15m.

l) Tủ quần áo

Đặt dính với tường, sát cửa ra vào, chất liệu gỗ, gồm 2 ngăn (một ngăn rộng, cao để treo quần áo và một ngăn phía dưới hẹp), cửa kéo hai chiều. Có 10 chiếc móc quần áo được treo trên một thanh ngang trong tủ, tủ lạnh nhỏ 50 lít được đặt trong tủ thấp cạnh tủ quần áo hoặc cạnh kệ để hành lý.

(Phòng Family: tủ có 3 ngăn, 1 ngăn cao, 2 ngăn thấp, ngăn dưới cùng có cửa đóng).

m) Ổ cắm điện, thiết bị báo cháy

- Ổ cắm điện được gắn dính vào tường, gần khu vực TV và bàn làm việc, ổ cắm đôi 2 chấu. Đế của ổ cắm làm bằng nhựa PC đã qua xử lý chống cháy, an toàn khi sử dụng. Có màng che ổ cắm chống giật cho trẻ nhỏ hoặc khi sơ xuất.

- Hệ thống báo cháy bao gồm: tủ trung tâm báo cháy, các đầu dò cảm biến như cảm biến gas, cảm biến nhiệt gia tăng, đầu báo khói, chuông báo động, đèn báo cháy.

n) Dép đi trong nhà

Mỗi phòng đều có dép xốp, màu trắng dùng cho khách đi trong phòng. Số lượng đôi dép tùy thuộc vào loại phòng (có thể là 2 hoặc 3, tối đa là 4 đôi). Dép thường được đặt gần chân tủ quần áo hoặc dưới kệ để hành lý.

o) Thùng rác

Thùng rác bằng nhựa, nắp rời, đặt cạnh bàn làm việc, trong thùng có lót túi nilon.

2.2.1.2. Trang thiết bị phòng vệ sinh trong buồng ngủ**a) Đèn trần, tường**

Tường được ốp gạch men toàn bộ, trần làm bằng vật liệu chống ẩm được gắn 1 đèn led ốp trần và quạt thông gió.

b) Gương soi, bệ đặt chậu rửa mặt

Chậu rửa mặt (lavabo) bằng sứ trắng, chân đứng, có gắn vòi nóng lạnh. Phía trên lavabo có 1 chiếc gương soi, viền gỗ, cạnh trên của gương có gắn 1 đèn neon nhỏ.

c) Thảm chùi chân

Thảm vải, êm, thấm nước, có in logo khách sạn được trải ngay cửa phòng vệ sinh.

d) Bồn tắm

Tầng 3 và tầng 4 khu A bồn tắm nằm, hình chữ nhật; tầng 1, tầng 2 khu A và khu B bồn tắm đứng làm bằng nhựa tổng hợp, chống trơn, có gắn vòi nước nóng lạnh và hệ thống thoát nước.

e) Bồn vệ sinh

Bồn bệt, 2 khối bằng sứ trắng, có nắp đậy, có nút xả nước, xả hút kết hợp

xoáy.

f) Khay đặt kem, bàn chải đánh răng, lược, xà phòng tắm, dầu gội

Khay sứ chứa kem, bàn chải đánh răng, lược, xà phòng tắm, dầu gội (tất cả đều được in logo khách sạn). Khay được đặt trên kệ ốp gạch men, đối diện cửa phòng vệ sinh.

g) Ly súc miệng

Ly thủy tinh cao, có đế lót ly cũng làm bằng thủy tinh, được đặt trên kệ bên cạnh khay sứ. Số lượng ly tùy thuộc vào loại phòng (tối thiểu 2 ly).

h) Khăn

Khăn bông trắng, gồm các loại: khăn tắm, khăn mặt, khăn lau tay. Khăn được xếp theo tiêu chuẩn của khách sạn và đặt trên giá bằng inox (gắn trên tường, phía trên bồn tắm). Tất cả khăn đều có logo của khách sạn.

i) Vòi hoa sen

Được nối với bồn tắm, gồm một thanh ống dài dẫn nước, được gắn cố định với vòi lavobo nóng lạnh của bồn tắm, trên ống là vòi sen.

j) Rèm chắn nước bồn tắm

Làm bằng chất liệu plastic, không thấm nước, cản không cho nước văng ra xung quanh phòng tắm.

k) Thùng rác

Trong phòng vệ sinh chủ yếu là sọt rác được lót nilon, riêng tầng 3 khu A là thùng rác nắp rời giống như thùng rác trong buồng ngủ.

l) Giấy vệ sinh

Mỗi phòng 1 cuộn giấy, đặt trong hộp đựng giấy vệ sinh được lắp trên tường gần bồn vệ sinh. Mép giấy được xếp nhọn như hình mũi tên.

2.2.1.3. Trang thiết bị, tiện nghi khác

- Hành lang khu vực phòng ngủ đều có đặt chậu cảnh, sảnh khu A có đặt bàn ghế cho khách ngồi ngắm cảnh, hóng mát.
- Tường sơn vôi màu vàng nhẹ, nền lát gạch bông.
- Các phòng Superior, Suite, Family (khu A) đều có treo tranh phong cảnh trên tường.

2.2.2. Chất lượng đội ngũ lao động trong khách sạn

Đây chính là nhân tố quyết định đến chất lượng dịch vụ, yếu tố then chốt để giữ và thu hút khách hàng, ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh doanh của khách sạn. Đội ngũ lao động trong khách sạn Northern Saigon có cơ cấu sau:

Bảng 2.5: Nhân sự tại bộ phận buồng

Chức vụ	Đại học và cao đẳng		Sơ cấp và trung cấp	
	Nam	Nữ	Nam	Nữ
Nhân viên buồng	0	2	0	11
Giặt ủi	0	0	0	1
Vệ sinh công cộng	0	0	2	2
Tổng cộng:	18 nhân viên			

(Nguồn: Phòng nhân sự khách sạn Northern Saigon)

*** Nhận xét:**

Khách sạn Northern Saigon có cơ cấu tổ chức nhân sự bộ phận buồng khá đơn giản. Số lượng nhân viên bộ phận buồng trình độ cao đẳng đại học còn chưa nhiều (2 người). Việc sắp xếp tỉ lệ lao động nam và nữ theo vị trí như vậy là do Ban giám đốc khách sạn đã nắm rõ và hiểu rõ công việc của bộ phận. Công việc vệ sinh phòng cần sự khéo léo, tỉ mỉ, cẩn thận nên bố trí nữ. Đội ngũ lao động trong bộ phận phần lớn là trung niên, tuy thiếu sự năng động của tuổi trẻ nhưng lại có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực phục vụ khách.

Như vậy, lực lượng lao động có vai trò quan trọng đối với hiệu quả kinh doanh của bất kỳ doanh nghiệp nào. Trong kinh doanh khách sạn, người lao động đóng vai trò đại diện cho khách sạn trước khách hàng, cung cấp dịch vụ cho khách hàng, thiết lập mối quan hệ và gắn bó giữa khách hàng với khách sạn. Vì vậy, việc đào tạo một đội ngũ lao động vững mạnh, chất lượng cao, tay nghề giỏi là điều kiện thuận lợi để khách sạn tiến hành thực hiện hoạt động đầu tư nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ.

Trình độ chuyên môn, nghiệp vụ lao động của khách sạn Northern Saigon là tương đối đạt yêu cầu chứ chưa thật sự được đánh giá cao. Qua các năm, tỉ lệ lao động ở trình độ đại học luôn chiếm tỉ lệ ít và thấp hơn so với trình độ lao động cao

đẳng, trung cấp, mặc dù tỉ lệ đó có tăng qua từng năm. Mặt bằng chung lao động của khách sạn là trình độ cao đẳng, kỹ năng chuyên môn, nghiệp vụ chưa cao. Do đó, khách sạn cần có chính sách thay đổi nâng cao trình độ chuyên môn, nghiệp vụ của nhân viên, thu hút lao động chất lượng cao từ nhiều nguồn khác nhau, có như vậy mới nâng cao được chất lượng dịch vụ của khách sạn.

Phân theo trình độ ngoại ngữ thì ta thấy đây là một mặt hạn chế của khách sạn. Trình độ ngoại ngữ của nhân viên không cao, chỉ những nhân viên trực tiếp phục vụ khách và cấp quản lý có khả năng ngoại ngữ giỏi, còn hầu hết nhân viên còn khá yếu, chỉ mang tính hình thức. Điều này dẫn đến chất lượng phục vụ khách chỉ dừng lại ở việc giao tiếp chứ chưa thật sự có thể chia sẻ, thấu hiểu khách hàng.

2.2.3. Quy trình phục vụ phòng của Bộ phận Housekeeping trong khách sạn

Bước 1 : Công tác giao nhận ca

Bước 2 : Sắp xếp xe đẩy

Bước 3 : Quy trình vào phòng khách

Bước 4 : Quy trình làm vệ sinh phòng khách

Bước 5 : Xử lý đồ thất lạc và tìm thấy của khách

Bước 6 : Các quy trình vệ sinh khu vực công cộng

□ *Công tác giao nhận ca*

- Thời gian: Nhân viên phải có mặt trước 15' để chuẩn bị và nhận bàn giao.

Các ca gồm:

- Ca sáng: 08:00 – 16:00
- Ca chiều: 14:00 – 22:00
- Ca đêm: 22:00 – 6:00

Lưu ý: Ca tối và ca đêm chỉ có 1-2 người nên ca sáng phải làm việc với năng suất cao.

- Thay đồng phục trước khi bắt đầu ca làm việc.
- Trường hợp đau ốm hoặc khẩn cấp phải báo ngay cho giám sát viên hoặc văn phòng và gọi ít nhất 1 tiếng hay tốt nhất là trước 24 tiếng trước khi ca bắt đầu làm việc.
- Chuẩn bị nhận ca làm việc:
 - Nhận bảng phân bổ phòng (Workseet).

- Ký nhận chìa khóa phòng.
- Briefing đầu giờ.
- Chuẩn bị trang thiết bị, dụng cụ cần thiết.
- Kiểm tra tình trạng phòng (Room Status).
- Báo cáo những sai lệch về tình trạng phòng.
- Chú ý kiểm tra phòng VC.
- Khi vào ca, kiểm tra sổ bàn giao ca để dọn vệ sinh theo quy định, dọn vệ sinh theo thứ tự ưu tiên.

VIP ☐ MUR ☐ EA ☐ OD ☐ ED

(Phòng khách quan trọng ☐ Phòng yêu cầu làm phòng ☐ Phòng dự kiến khách đến ☐ Phòng khách đang lưu trú ☐ Phòng dự kiến khách trả).

☐ *Sắp xếp xe đẩy*

- Xe đẩy Trolley là xe dùng để chứa đồ vải, các thiết bị vệ sinh, các đồ dung trong phòng, đồ dùng cho khách và các vật dụng khác.
- Khi vào ca, kiểm tra xe đẩy Trolley xem có hoạt động tốt không.
- Sắp xếp xe ngăn nắp, vệ sinh xe sạch sẽ sau khi kết thúc ca làm việc.
- Để túi đựng hàng vải dơ ở đầu xe, để bịch rác ở sau xe. Phải phân loại rác gồm rác khô thải bỏ và rác khô thu hồi để giữ môi trường.
- Kiểm tra các loại hàng vải sạch: không rách, không nhàu nhĩ, không sút chỉ, không rách. Sau đó xếp gọn gang và đúng cách vào xe đẩy Trolley.
- Xếp các loại hàng vải vào xe, đưa gáy ra ngoài, số lượng sheet đơn, sheet đôi, duvet đơn, duvet đôi tùy thuộc theo số lượng phòng.
- Xếp xô đựng dụng cụ làm vệ sinh đầy đủ nguyên vật liệu và hóa chất, đặc biệt phải sử dụng bao tay trong khi làm vệ sinh nhà tắm.
- Đặt máy hút bụi đúng chỗ quy định.
- Cất xe đẩy Trolley vào trong kho dành cho nhân viên sau mỗi ca làm việc.

Lưu ý:

- __Không xếp đồ dùng quá nhiều, quá cao che tầm mắt.
- __Không đẩy xe quá nhanh tránh gây tiếng ồn ảnh hưởng đến khách, tránh va xe vào tường hành lang.

- Báo cáo các hư hỏng cho bộ phận kỹ thuật ngay để kịp thời sửa chữa và phục vụ khách một cách tốt nhất.
- Mỗi tầng đều có kho dành cho nhân viên, sau mỗi ca làm việc phải dọn dẹp vệ sinh sạch sẽ.

□ *Quy trình vào phòng khách*

- Khi vào ca làm việc, nhân viên kiểm tra phiếu làm phòng, kiểm tra sổ bàn giao ca và đi một vòng kiểm tra xem khách có thay đổi gì không như khách yêu cầu làm phòng hay khách để bảng DND (Không làm phiền).
- Sau khi đã kiểm tra sổ bàn giao ca, khi bấm chuông hoặc gõ cửa phòng khách: nhân viên tay cầm chìa khóa, tư thế đứng thẳng, mặt tươi tắn nhìn vào Spy hole gõ cửa vào xưng danh “Good Morning/ Good Afternoon/ Good Evening, Housekeeping!”, mỗi lần như vậy cách nhau từ 3 – 5 giây.
- Khách có mặt trong phòng: Mặt tươi tắn, chào khách, tự giới thiệu về bản thân lịch sự nêu lý do vào phòng.
- Nếu khách đồng ý nhân viên mới được làm phòng.
- Nếu khách không đồng ý và yêu cầu hãy quay lại làm phòng sau. Nhân viên lịch sự chào khách và hỏi khi nào có thể quay lại làm phòng, ghi lại vào sổ bàn giao ca.
- Khách không có mặt trong phòng, bấm chuông và gõ cửa. Khi khách không trả lời, dùng thẻ từ mở cửa và làm phòng khách theo đúng quy trình.
- Khi đã làm phòng xong, đóng và khóa cửa cẩn thận.

Lưu ý:

- Trang phục chỉnh tề khi tiếp xúc với khách.
- Mắt nhìn thẳng vào mắt khách, mặt tươi tắn, mỉm cười đúng lúc, giọng nói rõ ràng, lịch sự, vừa phải, vui vẻ.
- Xe đẩy đặt đúng vị trí để tránh chắn lối đi của khách.
- Sau khi làm phòng phải đặt coupon ăn sáng cho khách.

Quy trình làm vệ sinh phòng khách

❖ *Vệ sinh phòng VD*

- Đặt xe đẩy Trolley đúng nơi quy định, thực hiện đúng quy trình vào phòng, để cửa phòng rộng mở.

- Mở màn, cửa sổ để thông thoáng phòng và lấy ánh sáng tự nhiên.
- Tắt máy lạnh, tắt bớt hệ thống đèn điện trong phòng.
- Kiểm tra, bổ sung các thức uống trong minibar theo quy định của Resort.
- Mang xô đựng dụng cụ vệ sinh vào phòng tắm, mang ly tách dơ vào ngâm trong lavabo.
- Mang hàng vải sạch vào trong để trên mặt bàn, tủ. Thay mới sheet, duvet, áo gối, không được để hàng vải dơ xuống đất. Làm giường theo đúng quy trình.
- Lau dọn tủ đầu giường, điện thoại, tắt cả tiện nghi trong phòng, lau bụi theo hình chữ U để không bỏ sót. Đặc biệt lau cửa sổ, cửa kính bằng hóa chất để sạch và không bám bụi bẩn.
- Kiểm tra, bổ sung các đồ dùng văn phòng phẩm trong tập gấp, đồ dùng như cà phê, nước suối, trà theo quy định của khách sạn.
- Vệ sinh phòng tắm theo quy định, đặt đồ cho khách đầy đủ, thay khăn sạch cho khách.
- Hút bụi toàn bộ phòng khách.
- Kiểm tra phòng lần cuối và điều chỉnh nếu có sai sót.
- Đóng và khóa chốt cửa sổ. Kéo màn cửa sổ cho khách.

Lưu ý:

- Lau bụi, hút bụi trong ngăn bàn kỹ càng.
- Kiểm tra két sắt và cửa mở, kiểm tra giường và các khu vực khách thường dễ quên tư trang, tiền bạc và báo ngay cho văn phòng nếu khách có để quên đồ.
- Kiểm tra và báo cáo số lượng nếu khách có sử dụng thức uống trong minibar.

❖ *Vệ sinh phòng OC*

- Đặt xe đẩy Trolley đúng nơi quy định, thực hiện đúng quy trình vào phòng, để cửa phòng rộng mở.
- Mở màn, cửa sổ để thông thoáng phòng và lấy ánh sáng tự nhiên.
- Chuyển quần áo giặt của khách xuống văn phòng để nhân viên bộ phận giặt ủi đến lấy, khi mang xuống nhớ kiểm tra số lượng, tình trạng và viết vào giấy để khách thanh toán.
- Thay bao thùng rác trong phòng cho khách.
- Kiểm tra minibar xem khách có sử dụng thức uống không và ghi vào bill

- Mang xô đựng dụng cụ vệ sinh vào phòng tắm, mang ly tách dơ vào ngâm trong lavabo.
- Mang hàng vải sạch vào trong để trên mặt bàn, tủ. Thay mới sheet, duvet, áo gối, không được để hàng vải dơ xuống đất. Làm giường theo đúng quy trình.
- Lau dọn tủ đầu giường, điện thoại, tất cả tiện nghi trong phòng, lau bụi theo hình chữ U để không bỏ sót. Đặc biệt lau cửa sổ, cửa kính bằng hóa chất để sạch và không bám bụi bẩn.
- Kiểm tra, bổ sung các đồ dùng văn phòng phẩm trong tập gấp, đồ dùng như cà phê, nước suối, trà theo quy định của Khách Sạn.
- Vệ sinh phòng tắm theo quy định, đặt đồ cho khách đầy đủ, thay khăn sạch cho khách.
- Hút bụi toàn bộ phòng khách.
- Kiểm tra phòng lần cuối và điều chỉnh nếu có sai sót.
- Điền vào phiếu làm phòng chi tiết ra, vào phòng và tình trạng phòng.

Lưu ý:

- __Kiểm tra giường cẩn thận để tránh lấy nhầm đồ của khách.
- __Tuyệt đối không mở tủ và két sắt.
- __Không di chuyển, xáo trộn đồ dùng trong phòng của khách.
- __Không sử dụng điện thoại trong phòng khách.

❖ *Vệ sinh phòng VC*

- Đặt xe Trolley đúng nơi quy định
- Kiểm tra lại giường, kiểm tra lại các đồ dùng xem đã đủ chưa, kiểm tra ngăn bàn, ngăn tủ, máy lạnh, remote, tivi, minibar, cửa sổ ...
- Đóng và khóa cửa phòng cẩn thận.

❖ *Dọn phòng tắm*

- Mang khăn bẩn từ phòng tắm ra xe đẩy.
- Đổ rác vào túi đựng rác trên xe đẩy và phân loại rác.
- Mang xô đựng dụng cụ vệ sinh vào phòng tắm.
- Ngâm ly tách trong lavabo.
- Kiểm tra hệ thống nước nóng, lạnh.
- Mang găng tay bảo hộ an toàn.

- Đổ hóa chất vào ngấm bồn cầu.
- Vệ sinh bồn tắm và vòi sen, điều chỉnh vòi sen quay vào tường, tránh hướng về phía khách.
- Rửa ly tách và lau khô.
- Vệ sinh bồn rửa mặt và gương.
- Bổ sung các loại đồ dùng trong nhà tắm cho khách.
- Thay màn tắm nếu cần thiết.
- Lau khô sàn nhà để khách không bị trơn trượt.

Lưu ý:

- Mang găng tay bảo hộ khi làm vệ sinh.
- Đóng cửa phòng tắm mở khi làm vệ sinh.

❖ *Quy trình xử lý đồ giặt ủi của khách*

- Nhận thông và nhận quần áo từ văn phòng Housekeeping.
- Kiểm tra quần áo trước khi đem đi giặt, số lượng và chủng loại trùng với phiếu ghi đồ giặt, đồ có bị rách hay có vấn đề gì trước khi giao cho nhà giặt.
- Đưa đi giặt.
- Kiểm tra sau khi giặt trước khi mang lên phòng cho khách.
- Đề nghị khách kiểm tra và kí xác nhận vào bill.
- Chuyển hóa đơn xuống cho lễ tân để thanh toán khi khách trả phòng.

□ *Xử lý đồ thất lạc và tìm thấy của khách*

❖ *Khu vực phòng khách*

- Thông báo ngay cho bộ phận tiếp tân khi tìm thấy đồ dùng mà khách để quên để kịp trả khách khi khách còn ở trong Khách Sạn. Nếu khách đã rời Khách Sạn, thông báo cho giám sát để giải quyết.
- Tập trung đồ khách để quên một chỗ và tiến hành ghi rõ chi tiết vào nhãn dán, sau đó niêm phong.
- Ghi chú vào sổ bàn giao vào phiếu làm phòng đúng số phòng mà khách để quên.
- Lễ tân thông báo cho khách thông qua địa chỉ mà khách đã đăng ký.

❖ *Khu vực công cộng*

- Thông báo cho mọi người xung quanh về món đồ vừa phát hiện.

- Nếu không có ai nhận thì kiểm tra món đồ và thực hiện quá trình Lost & Found. ♦ Nếu có dấu hiệu nghi ngờ về món đồ, cần thông báo ngay cho giám sát.

□ *Các quy trình vệ sinh khu vực công cộng*

- Chọn thời điểm thích hợp làm vệ sinh.
- Đồ rác, gạt tàn khu vực làm vệ sinh.
- Kiểm tra tài sản thất lạc.
- Lau cửa kính, tranh ảnh, chậu cây, bàn ghế.
- Quét sàn, lau bụi, đánh bong sàn, giặt thảm.
- Chú ý đặt biển cảnh cáo trơn trượt.

2.2.4 Giá cả

Giá cả là hình thức biểu hiện đồng tiền của giá trị hàng hóa và dịch vụ được xác định dựa trên giá trị sử dụng và cảm nhận của khách hàng về sản phẩm, dịch vụ mà mình sử dụng. Khách hàng không nhất thiết phải mua sản phẩm, dịch vụ có chất lượng cao nhất mà họ sẽ mua những sản phẩm, dịch vụ đem lại cho họ sự hài lòng nhiều nhất. Chính vì điều này khách sạn đang tiến hành nâng cao chất lượng dịch vụ buồng của mình để nâng cao giá cả một cách hợp lí. Để xác định được mức giá hợp lí nhất cho khách mà vẫn không ảnh hưởng tới lợi nhuận của bộ phận buồng phòng các nhà quản lí đã dựa vào các yếu tố sau:

Chi phí sản xuất: Là số tiền mà khách sạn đã bỏ ra để mua các vật liệu, đồ dùng, trả lương cho nhân viên và hao mòn tài sản.

Lợi ích sản phẩm cho khách hàng: Cái mà khách hàng được hưởng khi mua sản phẩm có thỏa mãn được nhu cầu của khách hàng hay không.

Tình hình thị trường và giá cả cạnh tranh: khách sạn cần xem xét nhu cầu về sản phẩm nhiều hay ít (do tính thời vụ gây ra) và các doanh nghiệp trên cùng một địa bàn hoạt động.

Mục tiêu của khách sạn: Vào những thời điểm khác nhau mà khách sạn có những mục tiêu khác nhau. Do đó mà giá cả của sản phẩm cũng phải thay đổi cho hợp lí.

Bảng 2.6: Giá phòng tại khách sạn Northern Saigon

Loại phòng		Đơn	Đôi
Superior	2 200 000++		2 400 000++
Deluxe	2 400 000++		2 600 000++
Senior Deluxe	2 600 000++		2 800 000++
Executive	3 000 000++		3 400 000++
Suite	3 400 000++		3 800 000++
Gia Đình Suite	3 800 000++		4 200 000++

(Nguồn: Phòng hành chính khách sạn Northern Saigon)

*** Nhận xét:**

Cũng giống như các thành phố khác thì hoạt động du lịch ở TP Hồ Chí Minh cũng mang tính thời vụ, do đó cơ cấu giá phòng của khách sạn cũng có sự thay đổi tương đối. Thực tế cơ cấu giá thay đổi tùy thuộc vào nhiều yếu tố khác. Vào thời điểm đông khách, số lượng phòng trong khu vực không đủ đáp ứng cho nhu cầu của khách, giá phòng của khách sạn có thể tăng thêm 20%. Nhưng vào mùa đông, khi lượng khách giảm mạnh, khách sạn lại có chính sách giảm giá phòng xuống 20% giá bán thông thường để tránh lãng phí cơ sở vật chất và lao động.

Hiện nay trên địa bàn TP Hồ Chí Minh có rất nhiều khách sạn mọc lên, các doanh nghiệp không chỉ cạnh tranh về chất lượng dịch vụ, chất lượng lao động... mà còn cạnh tranh về giá cả dịch vụ. Vì vậy để thu hút khách đến với khách sạn nhiều hơn nữa thì ngoài việc nâng cao chất lượng dịch vụ thì sự hợp lý của giá cả là điều mà khách sạn rất quan tâm. Giá cả sản phẩm dịch vụ buồng trong khách sạn là do ban lãnh đạo khách sạn đề ra. Trong đó ý kiến của trưởng bộ phận phòng đóng vai trò khác quan trọng. Khi một mức giá đưa ra phải áp dụng thử sao cho phù hợp với lợi ích của khách hàng và lợi nhuận của khách sạn.

2.2.5. Về hệ thống kiểm tra, giám sát chất lượng dịch vụ

2.2.5.1. Hiểu biết nhu cầu mong đợi của khách hàng

Việc tìm hiểu nhu cầu mong đợi của khách hàng là vô cùng cần thiết nhằm giúp các khách sạn cung cấp những dịch vụ có chất lượng cao cho người tiêu dùng,

từ đó làm tăng sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ của khách sạn. Theo quan điểm Marketing hiện đại, hoạt động sản xuất kinh doanh của bất kỳ doanh nghiệp nào cũng phải bắt đầu từ khách hàng và nhu cầu khách hàng. Trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ khách sạn cũng vậy, muốn tăng khả năng thu hút khách thì việc đầu tiên mà khách sạn cần làm đó là xác định thị trường mục tiêu của mình, sau đó tìm hiểu thị trường mục tiêu để xác định xem:

Khách hàng biết gì về những đặc trưng của dịch vụ mà khách sạn sẽ cung cấp?

Ai là khách hàng của khách sạn và khách sạn mong muốn gì?

Khách hàng nhìn nhận về khách sạn như thế nào?

Sản phẩm dịch vụ của khách sạn Northern Saigon khá đa dạng với nhiều mức giá khác nhau nên khách sạn có thị trường khách hàng khá phong phú, không chỉ những người có thu nhập cao mới đủ khả năng để tiêu dùng sản phẩm dịch vụ của khách sạn mà ngay cả những người có thu nhập trung bình cũng hoàn toàn có đủ khả năng để tiêu dùng sản phẩm của khách sạn bởi khách sạn cung cấp rất nhiều loại dịch vụ với các mức giá khác nhau từ trung bình đến cao.

2.2.5.2. Thiết lập tiêu chuẩn dịch vụ

Việc thiết lập tiêu chuẩn dịch vụ là rất cần thiết trong hoạt động kinh doanh của các khách sạn bởi nó giúp cho các khách sạn chuẩn hóa dịch vụ để cung cấp các sản phẩm dịch vụ một cách nhất quán cho khách hàng, đồng thời đảm bảo cho tất cả các khách hàng của khách sạn đều được cung cấp dịch vụ với chất lượng tốt nhất. Ngày nay, xu hướng chuẩn hóa dịch vụ theo định hướng hướng tới khách hàng cho phép tăng sự ủy quyền cho nhân viên khách sạn trong quá trình thực hiện công việc cụ thể. Sự thành công trong việc cung cấp dịch vụ có chất lượng nhất quán được thực hiện dựa trên cơ sở của việc xây dựng tiêu chuẩn để hướng dẫn nhân viên cung cấp dịch vụ một cách chuẩn mực.

Qua thời gian thực tập và phân tích chất lượng dịch vụ của khách sạn Northern Saigon, em nhận thấy rằng, nhìn chung khách sạn vẫn chưa có một hệ thống tiêu chuẩn chất lượng nào hoàn chỉnh.

Khách sạn mới chỉ tập trung vào việc hoàn thiện tiêu chuẩn dịch vụ về các mặt:

Cơ sở vật chất nhằm đạt tiêu chuẩn của một khách sạn 4 sao

Tình hình phục vụ cơ bản ở khu vực lưu trú (dọn dẹp buồng phòng có đúng quy cách không, chất lượng vệ sinh buồng phòng như thế nào...), ở khu vực nhà hàng (thực đơn có đúng yêu cầu của khách không, chất lượng món ăn thế nào, cách trang trí bàn tiệc có đúng quy cách không...) và các khu vực khác.

Còn về các tiêu chuẩn khác như tiêu chuẩn về thái độ của nhân viên, tiêu chuẩn về sự hài lòng của khách hàng về chất lượng dịch vụ v.v... thì chưa thấy khách sạn đề ra. Chính điều này đã gây ảnh hưởng không ít đến công tác phục vụ của nhân viên bởi họ chưa có mục tiêu nào về chất lượng dịch vụ để mà hướng đến. Họ mới chỉ ý thức được trách nhiệm của mình là làm sao dọn dẹp buồng phòng cho tốt, hoặc bày tiệc cho đúng quy định, đưa thức ăn ra đúng bàn v.v... còn việc phải phục vụ khách hàng ra sao, đáp ứng nhu cầu của khách hàng như thế nào thì họ thấy đó không phải là trách nhiệm của họ. Ngay cả họ phục vụ khách với thái độ thiếu thân thiện, phục vụ chậm đi chẳng nữa thì cũng không hề bị khiển trách bởi khách sạn chưa chuẩn hóa các chất lượng phục vụ cũng như chưa có ai chịu trách nhiệm giám sát việc đó.

Chính việc khách sạn chưa đề ra một hệ thống các tiêu chuẩn dịch vụ một cách khoa học và hoàn chỉnh nên cho đến nay có không ít khách hàng đã phàn nàn về cung cách phục vụ của nhân viên, họ cho rằng nhân viên phục vụ trực tiếp của khách sạn còn thiếu chuyên nghiệp và kém nhiệt tình. Từ sự việc này ta thấy rằng, trong tương lai nếu khách sạn không nhanh chóng đề ra một hệ thống tiêu chuẩn dịch vụ một cách thích hợp thì dần dần khả năng cạnh tranh sẽ giảm đi so với các khách sạn khác

2.2.6. Các công tác khác

*** Đánh giá chất lượng dịch vụ buồng**

Tại khách sạn Northern Saigon, việc đánh giá chất lượng phục vụ phòng được thực hiện như một nỗ lực nhằm nâng cao hơn nữa chất lượng phục vụ khách của khách sạn. Phương pháp dùng để đánh giá chất lượng phục vụ phòng, được thực hiện như sau:

-Với mục tiêu nhằm để biết khách lưu trú có thật sự hài lòng về chất lượng phục vụ của khách sạn hay không. Một bảng câu hỏi được thiết kế và được đưa đến

mỗi khách hàng nhằm thu thập ý kiến đánh giá của họ. Việc đánh giá này cũng không đạt hiệu quả cao và không khách quan vì nguyên nhân như: Khi khách nhận được bảng câu hỏi, nhưng họ không có thời gian để đánh giá, họ có thể rất bận rộn vì nhiều lí do riêng nên không có thời gian cho việc ngồi suy nghĩ và đánh giá hoặc họ có tham gia đánh giá nhưng với thái độ không có thiện chí, thực hiện cho có nên có thể sẽ ảnh hưởng đến kết quả cuối cùng.

*** Công tác kiểm tra chất lượng hằng ngày**

Hằng ngày, sau khi nhân viên làm phòng sẽ có quản lí đi kiểm tra xem đã đạt tiêu chuẩn sạch sẽ, nhân viên đã bổ sung vật dụng hằng ngày cho khách hoặc nhân viên có để quên dụng cụ làm phòng hay ko? Và ghi chép lại một cách cẩn thận để khắc phục và có biện pháp phù hợp với nhân viên phạm lỗi tùy vào mức độ.

Bảng 2.7: Phiếu kiểm tra phòng của trưởng bộ phận

Số phòng	Tình trạng phòng	Giờ kiểm tra		Ghi chú
		In	Out	
201				
202				
203				
...				

* Nhận xét:

Phiếu làm phòng khá chi tiết và được cấp quản lí ghi chép cẩn thận. Tuy nhiên, vào lúc cao điểm số lượng phòng cần kiểm quá nhiều chỉ có trưởng bộ phận và phó bộ phận kiểm. Công việc nhiều dẫn đến vẫn có một số phòng bị sót hay kiểm cho có. Khách sạn cần phải khắc phục tình trạng này để nâng cao chất lượng dịch vụ buồng.

2.3. Hạn chế và nguyên nhân tồn tại

Bên cạnh những ưu điểm trên, việc nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn còn tồn tại một số hạn chế sau:

2.3.1. Hạn chế

- Dịch vụ Internet trong khách sạn được đánh giá đáp ứng được mong đợi của khách hàng. Tuy nhiên, vẫn còn khách hàng phản ánh về việc tín hiệu mạng không ổn định đặc biệt là tín hiệu wifi rất kém.
- Những nhân viên trẻ, có trình độ chuyên môn, có khả năng giao tiếp ứng xử khéo léo và tận tình thì rất nhiều người đã rời khỏi khách sạn. Chính vì thế khách sạn gặp khó khăn trong việc quản lý và giữ nhân viên.
- Sự an toàn đối với khách trong khách sạn đã đáp ứng được sự trông đợi của khách hàng, song vẫn còn những vấn đề khách sạn cần lưu ý.
- Đôi khi xảy ra tình trạng khách đến nhận phòng nhưng phòng lại chưa được dọn dẹp sạch sẽ.

2.3.2. Nguyên nhân tồn tại

- Khách sạn đã chọn nhà cung ứng tin cậy cho dịch vụ mạng song chất lượng tín hiệu vẫn bị khách hàng phàn nàn là rất kém trong các giờ cao điểm và một số

phòng không có tín hiệu mạng là do một số phòng bị hỏng đường dây mạng khách sạn chưa kịp sửa chữa. Trong giờ cao điểm số lượng khách truy cập dẫn đến tình trạng tín hiệu kém.

- Các chính sách của công ty, khách sạn chưa đủ khả năng thu hút, giữ chân những lao động có trình độ cao, đó là chính sách về tiền lương, tiền thưởng, các cơ hội thăng tiến...

- Các thiết bị an toàn trong khách sạn tuy đã được quan tâm đầu tư khá đầy đủ như bình cứu hỏa... nhưng những hướng dẫn cho nhân viên hay khách cách sử dụng các thiết bị trên thì không có. Ngoài ra, các thiết bị điện tại các phòng ở một số đã có dấu hiệu xuống cấp cần có biện pháp sửa chữa thay thế.

- Số lượng khách lưu trú tại khách sạn đông mà số lượng nhân viên bộ phận phòng có hạn, dẫn đến không thể phục vụ kịp, nhiều trường hợp khách tới nhận phòng nhưng phòng vẫn chưa được dọn dẹp sạch sẽ khách hàng đến nhận phòng phải chờ đợi gây ra sự không hài lòng cho khách hàng.

- Đây là một số tồn tại và nguyên nhân gây nên tình trạng như hiện nay mà khách sạn cần khắc phục vụ để đạt được kết quả kinh doanh cao hơn, thu hút nhiều khách hơn.

KẾT LUẬN CHƯƠNG 2

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

Qua nghiên cứu thực trạng chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Northern Saigon cho thấy một điều đáng mừng là công tác quản trị chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn được thực hiện tương đối tốt. Dòng khách trên thị trường của khách sạn đều đánh giá chung về chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn Northern Saigon là đạt mức trông đợi của họ. Tuy có một số dịch vụ chưa thực sự làm khách

hàng thoả mãn nhưng số lượng đó rất ít là do khách sạn đang tìm các biện pháp để khắc phục.

CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ PHÒNG TẠI KHÁCH SẠN NORTHERN SAIGON

3.1 Phương hướng phát triển của khách sạn và bộ phận buồng - Khách sạn Northern Saigon

3.1.1 Phương hướng phát triển kinh doanh của khách sạn Northern Saigon

Nền kinh tế Việt Nam đang trên đà phát triển và có những tiến bộ về mọi mặt công nông nghiệp, dịch vụ với sự đầu tư công tác của nhiều công ty nước ngoài vì thế nhiều doanh nghiệp phát triển rất mạnh trong thời gian vừa qua. Trong ngành dịch vụ như kinh doanh khách sạn đã và đang được rất nhiều nhà đầu tư nước ngoài chú ý đến với lượng đầu tư rất lớn. Vì thế khách sạn Northern Saigon phải có mục tiêu phấn đấu nâng cao chất lượng phục vụ, nâng cao các trang thiết bị tiện nghi, cải tạo lại cơ sở vật chất kỹ thuật, cơ sở hạ tầng khang trang hấp dẫn thu hút khách nước ngoài. Khách sạn Northern Saigon đã đề ra những mục tiêu phấn đấu trong từng giai đoạn nhằm đưa đến một kết quả tốt nhất. Mục tiêu chính của khách sạn Northern Saigon là phấn đấu để luôn đạt kết quả kinh doanh cao nhất và là khách sạn được phân hạng bốn sao trong thời gian tới.

Bảng 3.1: Phương hướng phát triển kinh doanh của khách sạn Northern Saigon năm 2017-2018

Dịch vụ lưu trú	Kinh doanh nhiều hạng buồng phù hợp với khả năng thanh toán của khách hàng. Nâng cao nghiệp vụ buồng và kỹ năng xử lý các tình huống của nhân viên. Luôn mỉm cười và có thái độ sẵn sàng phục vụ nhu cầu của khách thể hiện sự chân thành, gây thiện cảm với khách.
Dịch vụ ăn uống	Các món ăn mang tính đặc trưng của từng vùng, đẹp mắt và phù hợp với khẩu vị của từng loại khách đến từ nhiều nước khác nhau.
Dịch vụ bổ sung	Hấp dẫn, phong phú đem lại sự thoải mái cho khách. Lựa chọn chiến lược theo sau để tránh đối đầu với công ty lớn và giảm thiệt hại về chi phí khi phát triển sản phẩm mới.

Cơ chế quản lý	Tăng cường kỷ cương, kỷ luật đảm bảo an toàn, an ninh trật tự, nâng cao trình độ quản lý, tăng lợi nhuận, tăng thu nhập cho nhân viên. Các bộ phận trong khách sạn có mối quan hệ chặt chẽ với nhau để công việc đạt hiệu quả cao. Xây dựng ý thức trong từng nhân viên về coi trọng khách hàng "khách hàng là thượng đế", "khách hàng luôn luôn đúng", để cho khách hàng thấy mình là người quan trọng. Đề ra chiến lược kinh doanh trong từng thời kỳ sao cho phù hợp.
Chiến lược kinh doanh	Hoàn thiện chính sách sản phẩm giúp tăng doanh thu: Đa dạng hoá sản phẩm dịch vụ, phát triển sản phẩm mới. Đầu tư xây dựng thêm cơ sở vật chất kỹ thuật tăng cường đổi mới trang thiết bị. Đẩy mạnh tiếp thị gắn với công tác tuyên truyền quảng cáo. Củng cố thắt chặt mối quan hệ với khách hàng, mở rộng quan hệ với bạn hàng trong ngành, thiết lập mối quan hệ với cơ sở kinh doanh du lịch, lữ hành để tạo nguồn khách.

(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ báo cáo thường niên khách sạn Northern Saigon)

Để đạt được mục tiêu phân hạng 4 sao trong thời gian tới khách sạn đã đề ra phương hướng phát triển kinh doanh ở nhiều mặt. Khách sạn đã sử dụng có hiệu quả những lợi thế, phát huy nội lực đổi mới và mở rộng các dịch vụ.

3.1.2 Phương hướng phát triển kinh doanh lưu trú tại khách sạn Northern Saigon.

Trong kinh doanh khách sạn bộ phận kinh doanh lưu trú là bộ phận chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh thu. Vì vậy việc phát triển kinh doanh lưu trú là phương hướng chính trong nâng cao hiệu quả kinh doanh. Trong một vài năm tới phương hướng phát triển kinh doanh của bộ phận buồng ở khách sạn Northern Saigon được khái quát như sau:

- Duy trì và nâng cao tỷ trọng của kinh doanh lưu trú trong tổng doanh thu của khách sạn.
- Nâng cao công suất sử dụng các loại buồng nhất là Sai Gon Suite và Suite vì 2 loại phòng này đem lại lợi nhuận cao cho khách sạn.
- Nâng cấp một số trang thiết bị tiện nghi trong phòng khách, trang thiết bị

phục vụ mới, hiện đại giúp quá trình phục vụ của nhân viên được thuận tiện, dễ dàng. Đáp ứng những yêu cầu bổ sung của khách hàng trong phạm vi có thể.

- Giảm chi phí, tăng doanh thu trong kinh doanh lưu trú nâng cao thu nhập cho nhân viên trong bộ phận buồng.
- Nhân viên phục vụ phải đúng quy trình trình đảm bảo nhanh, gọn, chính xác hạn chế tối đa sai sót, đạt tiêu chuẩn hạng buồng.
- Hướng tới, mục tiêu chung của khách sạn cũng như của bộ phận buồng là nâng cao chất lượng phục vụ tiếp tục bổ sung hoàn thiện đội ngũ nhân viên. Tiếp tục đào tạo nghiệp vụ để khách hàng đánh giá đúng về chất lượng và giá cả.
- Bộ phận phục vụ buồng liên tục phối hợp với các bộ phận kỹ thuật bảo dưỡng định kỳ các buồng, các trang thiết bị để cung cấp cho khách hàng một cách tốt nhất. Các bộ phận phục vụ buồng không ngừng nâng cao cơ sở vật chất trong tương lai.

3.2. Các giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ buồng- khách sạn Northern Saigon

3.2.1. Giải pháp về việc hoàn thiện cơ chế chính sách cho việc thúc đẩy việc nâng cao chất lượng dịch vụ buồng

Để đạt hiệu quả mong muốn trong công tác nâng cao chất lượng dịch vụ buồng khách sạn nên xây dựng các chính sách về chất lượng:

- Khách sạn cần xây dựng chiến lược về nâng cao chất lượng gắn liền với chiến lược phát triển hoạt động kinh doanh.
- Chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn cần phải được đánh giá, tổng kết theo định kì.
- Công tác nâng cao chất lượng được tiến hành theo đúng với nhu cầu thực tế.
- Tăng cường hơn nữa việc đầu tư cho công tác nâng cao chất lượng dịch vụ, bởi đây là một nguồn đầu tư sinh lời đáng kể, tạo điều kiện cho sự phát triển lâu dài của khách sạn một cách hiệu quả nhất.
- Nâng cao chất lượng dịch vụ đòi hỏi sự kết hợp giữa tất cả các bộ phận, phòng ban trong khách sạn thái độ chuyên nghiệp của toàn bộ nhân viên trong quá trình phục vụ. Để làm được điều đó trước hết phải nâng cao nhận thức của toàn thể khách sạn về tầm quan trọng của chất lượng dịch vụ đối với hoạt động của doanh

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

3.2.2 Giải pháp hoàn thiện cơ sở vật chất kỹ thuật cho khách sạn

Có thể thấy rằng, cảm nhận đầu tiên của khách hàng đánh giá chất lượng dịch vụ là thông qua hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật và trang thiết bị, tiện nghi trong phòng.

- Các loại hàng vải sử dụng nhiều như ga giường, áo gối, khăn... nên được thay định kì 6 tháng. Những loại chăn đệm, rèm cửa ít thay hơn nên thường xuyên kiểm tra chất lượng để thay thế. Ngoài ra khách sạn cũng nên thay thế các loại hàng vải bằng chất liệu tốt hơn để tạo cảm giác thoải mái cho khách hàng. (Ví dụ như ruột gối được thay bằng lông vũ thay vì bông gòn như hiện tại...)

Thường xuyên kiểm tra, bảo dưỡng các thiết bị máy. Cơ sở vật chất kỹ thuật để nâng cao chất lượng và kịp thời sửa chữa là việc làm cần thiết bởi tất cả cơ sở vật chất đều có thời gian khấu hao của nó nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ cung cấp cho khách hàng và tính năng cạnh tranh cao. Vệ sinh sạch sẽ các đồ dùng, vật dụng như giường tủ, thường xuyên cọ rửa các trang thiết bị trong nhà vệ sinh...giảm tối đa sự hư hỏng và khấu hao theo thời gian vừa tiết kiệm được chi phí sửa chữa, vừa mang đến cho khách hàng cảm giác an toàn sạch sẽ.

Các vật dụng trong phòng khách sạn như ly, gạt tàn, dép...cũng cần được chú ý và thay thế nếu những vật dụng ấy bị thay đổi màu sắc, nứt nẻ... Các vật dụng trong nhà vệ sinh như lược, đầu gội, bàn chải...phải được thay thế hàng ngày để đảm bảo vệ sinh cho khách. Những vật dụng này tuy nhỏ nhưng ảnh hưởng không nhỏ tới việc đánh giá về chất lượng dịch vụ phòng trong khách sạn.

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

3.2.3 Giải pháp về việc nâng cao chất lượng đội ngũ lao động

3.2.3.1 Bồi dưỡng và nâng cao nghiệp vụ chuyên môn

Đối với nhân viên mới, giám sát viên nên có những hướng dẫn kỹ lưỡng trước khi bắt đầu công việc. Phải giới thiệu rõ về địa thế khách sạn, những yêu cầu cụ thể của công việc.

- Đào tạo tại chỗ: Giao trách nhiệm cho nhân viên có kinh nghiệm truyền đạt hướng dẫn cho nhân viên mới hoặc những nhân viên ít kinh nghiệm bằng cách trong mỗi ca trực của bộ phận thì trưởng bộ phận nên bố trí nhân viên mới và nhân viên có thâm niên lâu năm làm xen kẽ với nhau để các nhân viên mới có thể học hỏi thêm nhiều kinh nghiệm.

- Vào thời điểm vắng khách nên tổ chức những khóa học ngắn hạn nhằm kiểm tra và giúp nhân viên trau dồi thêm kỹ năng và giúp phục vụ khách được tốt hơn.

Hoặc nếu có điều kiện khách sạn nên gửi những nhân viên đi học các chương trình đào tạo nâng cao giúp nhân viên có trình độ chuyên môn tốt hơn. Khách sạn cũng nên gửi nhân viên qua các khách sạn lớn uy tín để học hỏi thêm kinh nghiệm.

3.2.3.2 Bồi dưỡng nâng cao trình độ ngoại ngữ và kỹ năng giao tiếp

Khách hàng mục tiêu của khách sạn vẫn là khách Nhật Bản, Hàn Quốc, Ấn Độ... do đó nếu nhân viên còn hạn chế về trình độ ngoại ngữ thì sẽ ảnh hưởng đến việc giao tiếp của khách hàng, đến chất lượng phục vụ. Để đào tạo ngoại ngữ cho nhân viên khách sạn nên có những biện pháp sau:

- Hợp đồng với các trung tâm ngoại ngữ mở các lớp ngoại ngữ ngắn hạn tại khách sạn vào những thời điểm vắng khách trong năm và ngoài ca làm việc của nhân viên. Mặt khác, khách sạn cần phải khuyến khích nhân viên và đào tạo nhân viên học thêm tiếng Nhật (vì khách Nhật chiếm tỉ trọng lớn trong nguồn khách hàng của khách sạn) để nhân viên có khả năng giao tiếp với khách hàng mục tiêu của khách sạn từ đó đáp ứng nhu cầu của khách.

- Phải tổ chức thường xuyên hơn những khóa học anh văn. Đồng thời việc kiểm tra kiến thức hằng tháng cũng phải được chú ý hơn.

- Khuyến khích nhân viên tự học anh văn ngoài giờ làm việc tại các trung tâm. Do áp lực công việc hằng ngày lớn nên muốn đạt được điều này khách sạn cần phải có chế độ ưu đãi nhất định để cho nhân viên có động lực thực hiện tốt.

- Mở những hội thảo giữa nhân viên và các nhà lãnh đạo nhằm để các nhà lãnh đạo nghe những khó khăn của nhân viên khi giao tiếp với khách hàng và nêu ra hướng giải quyết, đồng thời để những người có thâm niên chia sẻ về những kinh nghiệm khi gặp những tình huống bất ngờ xảy ra.

- Mời những chuyên gia chuyên ngành về chia sẻ kiến thức chuyên môn cũng như kinh nghiệm cho nhân viên.

Bảng 3.2: Bảng đề xuất khóa học dự kiến về nâng cao trình độ ngoại ngữ

Tên khóa học	Đối tượng tham gia	Thời gian
Kỹ năng giao tiếp bằng tiếng Nhật	Nhân viên phục vụ	3 tháng
Tiếng anh giao tiếp cơ bản	Nhân viên phục vụ	3 tháng
Tiếng anh chuyên ngành	Trưởng bộ phận, phó bộ phận	2 tháng
Hội thảo giữa nhân viên và quản lí	Nhân viên và các cấp quản lí	Mỗi quý 1 lần
Cùng chuyên gia nâng cao chất lượng	Nhân viên	6 tháng 1 lần

(Nguồn: Tác giả đề xuất)

3.2.4 Giải pháp về việc xây dựng và thiết lập tiêu chuẩn dịch vụ

Trong kinh doanh khách sạn việc hoàn thiện quy trình công nghệ phục vụ buồng giúp cho khách sạn chuẩn hoá dịch vụ, để cung cấp các dịch vụ nhất quán cho khách hàng, khách sạn cần phải xây dựng một quy trình cung cấp dịch vụ một cách chuẩn mực và quản lý tốt những vấn đề có thể xảy ra làm ảnh hưởng tới quy trình phục vụ của bộ phận buồng.

Khách sạn cần thiết lập tiêu chuẩn dịch vụ buồng theo định hướng hướng tới khách hàng, nghĩa là phải đảm bảo hầu hết các khía cạnh quan trọng của dịch vụ được thực hiện cao hơn hoặc ngang bằng so với mong đợi của khách hàng. Sử dụng tiêu chuẩn dịch vụ buồng theo định hướng hướng tới khách hàng cho phép và có xu hướng tăng sự uỷ quyền cho nhân viên buồng của khách sạn trong quá trình thực hiện công việc cụ thể. Sự thành công trong việc cung cấp dịch vụ buồng có chất lượng nhất quán được thực hiện dựa trên cơ sở của việc xây dựng tiêu chuẩn dịch vụ để hướng dẫn nhân viên buồng cung cấp dịch vụ một cách chuẩn mực.

Tiêu chuẩn dịch vụ buồng của khách sạn được xây dựng là nhằm đạt được mục tiêu ngày càng nâng cao năng suất lao động, tăng hiệu quả kinh tế, giảm thiểu các chi phí bất hợp lý và cuối cùng là nâng cao chất lượng dịch vụ buồng làm hài lòng khách hàng và tăng khả năng cạnh tranh cho khách sạn. Dịch vụ buồng tạo ra là để phục vụ khách hàng, do đó tiêu chuẩn dịch vụ buồng của khách sạn phải dựa trên cơ sở những yêu cầu đòi hỏi và mong đợi của khách hàng và vì thế nó cũng

phải được đo lường bởi khách hàng. Tiêu chuẩn này phải được lựa chọn một cách thận trọng để phù hợp với mong đợi của khách hàng.

* Tiêu chuẩn trong phục vụ:

- Diện mạo và tác phong của nhân viên cho thấy sự chuyên nghiệp và đẳng cấp của khách sạn nên nhân viên cần phải chỉnh chu từ lời nói hành động đến trang phục.

- Luôn sẵn sàng và nhiệt tình phục vụ. Hãy hỗ trợ và đáp ứng nhu cầu của khách một cách nhanh chóng khi có thể. Nếu yêu cầu vượt quá mức quyền hạn của nhân viên hãy báo với giám sát viên.

- Làm việc im lặng tránh gây tiếng ồn vì có thể ảnh hưởng đến khách đang nghỉ ngơi. Tinh thần làm việc tập thể, phong cách làm việc nhóm tạo điều kiện phục vụ khách một cách chu đáo nhất.

- Luôn đảm bảo vệ sinh theo đúng quy trình và phương pháp: Thực hiện vệ sinh từng phòng một, thực hiện dọn vệ sinh theo đúng khu vực được phân công. Tránh các thao tác thừa, tiết kiệm thời gian mà vẫn đảm bảo được quy trình phục vụ. Vệ sinh buồng phải luôn hoàn hảo, tránh những than phiền gia tăng sự hài lòng của khách trong quá trình phục vụ.

* Tiêu chuẩn phòng ở

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

- Tất cả các phòng phải đảm bảo là không có bụi bẩn và vết ố ở bất kỳ chỗ nào trong phòng.

- Các thiết bị trong phòng phải được bảo dưỡng và kiểm tra hằng ngày, luôn trong tình trạng sẵn sàng sử dụng.

3.2.5 Giải pháp xây dựng hệ thống kiểm tra, giám sát chất lượng dịch vụ

Khách sạn nên làm là lập ra một ban quản lý chất lượng thường xuyên chỉ đạo, theo dõi, giám sát thu thập thông tin phản hồi, kiến nghị của khách, giải quyết các thắc mắc với từng khách hàng, tránh tình trạng thu thập thông tin rồi bỏ đấy.

Tổ chức các cuộc điều tra nhỏ và tổng thể về những vấn đề liên quan đến chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn. Điều tra sự thoả mãn nhu cầu của khách hàng bằng phiếu điều tra, hỏi trực tiếp, qua điện thoại, qua email, qua thư... Từ đó đưa ra kết luận chính xác về chất lượng dịch vụ buồng, khâu nào tốt, khâu nào chưa tốt sau đó triển khai các biện pháp sửa chữa sai sót.

Thực hiện chiến lược quản lý chất lượng đồng bộ, mọi cái làm tốt ngay từ đầu, làm tốt ở mọi giai đoạn, mọi thời điểm. Việc đảm bảo nâng cao chất lượng là nhiệm vụ của mọi người của toàn bộ phận nói chung và của bộ phận buồng nói riêng trong khách sạn.

Quản lý chất lượng dịch vụ thông qua hình thức khen thưởng, kỷ luật thích hợp, có khuyến khích động viên người lao động. Tăng cường công tác đào tạo đội ngũ cán bộ công nhân viên để thực sự có nghiệp vụ chuyên môn vững vàng, nâng cao chất lượng dịch vụ.

Ban quản lý chất lượng cần kết hợp với phòng nghiên cứu Marketing để nghiên cứu các đặc điểm tiêu dùng của khách hàng mục tiêu, thống kê đều đặn về nhu cầu tiêu dùng, cơ cấu, số lượng, khả năng thanh toán... của khách, trên cơ sở đó đề ra các biện pháp, kế hoạch cụ thể để đáp ứng nhu cầu của khách. Để từ đó, phân tích đánh giá rút ra những đặc điểm tiêu dùng của họ nhằm đưa ra những biện pháp cũng như kế hoạch phục vụ khách một cách tốt nhất.

3.2.6 Các giải pháp khác

3.2.6.1 Giải pháp giúp đánh giá chất lượng dịch vụ buồng

Đánh giá chất lượng phục vụ sẽ do một công ty thứ 3 đảm nhận. Bên thứ 3 này sẽ hoàn toàn độc lập với khách sạn và khách hàng. Công ty chịu trách nhiệm thực hiện việc thu thập thông tin phản hồi từ khách hàng thông qua một địa chỉ email – địa chỉ này được sử dụng như để tiếp nhận thư phàn nàn từ khách hàng về khách sạn. Từ đó, họ sẽ thực hiện việc đánh giá cho từng khách sạn. Việc đánh giá này được thực hiện định kì hàng tháng. Những lời than phiền của khách hàng trong thời gian lưu trú tại khách sạn sẽ là cơ sở để đánh giá chất lượng phục vụ. Kết quả đánh giá (theo %) sẽ được gửi về cho các đơn vị. Để khách sạn có những chính sách cải thiện chất lượng dịch vụ mình tốt hơn. Với những nỗ lực ngày càng được cải tiến nhằm làm gia tăng sự hài lòng của khách lưu trú. Cho thấy rằng chất lượng phục vụ

sẽ là chìa khóa mang lại thành công trong kinh doanh và là phương thức tốt nhất để gia tăng khả năng cạnh tranh của khách sạn trên thị trường.

Ngoài ra, các nhà lãnh đạo có thể giả làm khách hàng dùng dịch vụ trong khách sạn mình để đánh giá chất lượng dịch vụ khách sạn mình cung cấp từ đó đưa ra những ưu điểm nhược điểm mà khách sạn có được để có những công tác cải thiện phù hợp cho đơn vị mình.

3.2.6.2 Giải pháp nâng cao môi trường làm việc

Môi trường làm việc là một trong những yếu tố quan trọng để nhân viên làm việc tốt từ đó nâng cao chất lượng phục vụ buồng. Để có một môi trường làm việc tốt thì khách sạn cần:

- Trưởng bộ phận nên tạo một bầu không khí làm việc thoải mái, khuyến khích nhân viên tự do phát huy năng lực của mình trong quá trình phục vụ
- Luôn đề cao tinh thần tự giác trong phục vụ khách hàng. Nhân viên hoàn toàn độc lập, tự chủ trong việc đưa ra những quyết định hợp lý, giải quyết những tình huống phát sinh khi phục vụ khách hàng.
- Nhân viên có quyền kiến nghị với người quản lý những vấn đề cảm thấy không hợp lý, được quyền đánh giá năng lực khả năng của nhà quản lý lên ban giám đốc.

3.2.6.3 Tìm hiểu nhu cầu của khách hàng và chính sách chăm sóc khách hàng

Tìm hiểu nhu cầu mong muốn của khách hàng sẽ giúp cho khách sạn dễ dàng thành công trong việc cung cấp dịch vụ buồng có chất lượng, giúp khách sạn xác định chính xác tiêu chuẩn dịch vụ buồng họ sẽ cung cấp. Điều đó cũng có nghĩa là giúp cho khách sạn phải làm thế nào để trở nên thân quen hơn với khách hàng của mình.

Với việc tìm hiểu mong đợi thực sự của khách hàng là điều cần thiết nhằm giúp cho khách sạn hiểu biết mong đợi của khách hàng và sự cảm nhận của họ về chất lượng dịch vụ buồng của khách sạn để từ đó cung cấp dịch vụ buồng có chất lượng tốt nhất cho người tiêu dùng. Thông qua việc tìm hiểu đó khách sạn có thể đạt được những mục đích:

- Nhận ra những điều đã làm khách hàng không hài lòng và những thiếu sót của dịch vụ cần phải được khắc phục.

- Nhận ra những yêu cầu mong đợi thực sự của khách hàng về dịch vụ.
- Kiểm tra và theo dõi quá trình thực hiện dịch vụ tại khách sạn.
- So sánh sự thực hiện cung cấp dịch vụ của khách sạn với đối thủ cạnh tranh.
- Đo lường hiệu quả của những thay đổi trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ của khách sạn.
- Đánh giá sự thực hiện công việc của các thành viên bộ phận buồng để ghi nhận và khen thưởng.
- Tìm hiểu mong đợi của khách hàng về dịch vụ bổ sung cho dịch vụ buồng.
- Theo dõi những thay đổi trong sự mong đợi của khách hàng.
- Dự đoán những mong đợi của khách hàng trong tương lai.

Khách sạn nên thường xuyên tổ chức thăm dò, trao đổi và hỏi ý kiến khách hàng về chất lượng dịch vụ buồng, chất lượng phục vụ của đội ngũ nhân viên và chất lượng trang thiết bị. Khách sạn nên tiếp nhận ý kiến của khách hàng một cách nhiệt tình và theo hướng đổi mới tích cực trong điều kiện có thể. Mẫu câu hỏi khách sạn phát ra cho khách hàng đánh giá nên được thống kê hàng tháng hàng quý hàng năm để có những chính sách phục vụ tốt hơn. Khách sạn có thể tham khảo mẫu thống kê sau:

Bảng 3.3: Mẫu thống kê ý kiến của khách hàng tháng X

Chỉ tiêu	Đánh giá					
	Tốt	%	Trung bình	%	Kém	%
Trang thiết bị trong phòng						
Thái độ phục vụ của nhân viên						
Dịch vụ giặt ủi						
...						

(Nguồn: Tác giả đề xuất)

Ngay cả bản thân giám đốc khách sạn cũng phải thường xuyên ngồi trao đổi với khách hàng về cảm nhận của họ khi tới khách sạn. Điều đó giúp cho khách sạn có cái nhìn bao quát về dịch vụ của mình.

Đồng thời khách sạn cần quan tâm khách hàng hơn nữa bằng việc tặng hoa, hỏi

han tới từng khách hàng sau khi khách đã lưu lại khách sạn để thể hiện sự quan tâm của mình tới khách hàng. Điều này khiến cho khách hàng có thiện cảm và qua đó sẽ tăng lượng khách quay lại cũng như khách mới đến khách sạn mà không tốn nhiều công sức và chi phí marketing.

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

Giá cả luôn đi liền với chất lượng, một hàng hóa tốt phải đồng nghĩa với việc bỏ ra một số tiền thích hợp để có được sản phẩm đó. Tuy nhiên giá cả lại có sự khác nhau giữa các khách sạn. Để thu hút khách nhiều hơn đến khách sạn thì ngoài việc nâng cao chất lượng sản phẩm thì việc đặt ra mức giá hợp lý không quá chênh lệch với mức giá chung trên thị trường cũng là điều đáng quan tâm của khách sạn.

Số lượng khách không ổn định qua các thời điểm trong năm nên giá cả cần linh động mềm dẻo hơn. Vào mùa vắng khách, khách sạn nên có chính sách giảm giá và chương trình khuyến mãi để thu hút khách đến khách sạn.

Khách sạn cần quan tâm đến chiến lược giá, chương trình khuyến mãi cho những khách lưu trú lâu tại khách sạn và khách đoàn. Cụ thể như

Bảng 3.4: Đề xuất chương trình khuyến mãi cho khách thân thiết và khách đoàn

Thời gian lưu trú tại khách sạn	Khách đoàn	Khách hàng thân thiết
Trên 3 ngày đêm	Giảm 2% giá phòng	Free Trái cây hằng ngày
Trên 5 đêm	Giảm 5% giá phòng	Free trái cây hằng ngày, free giặt 4 món đồ hằng ngày
Trên 10 ngày	Giảm 7% giá phòng	Free trái cây hằng ngày và free toàn bộ đồ giặt hằng ngày.

(Nguồn: Tác giả đề xuất)

3.2.6.5 Kỹ năng xử lý than phiền cho nhân viên và nhà quản trị

Trong ngành dịch vụ lưu trú khó tránh khỏi những lời phàn nàn của khách. Một sai sót nhỏ cũng có thể làm phật ý và ảnh hưởng đến cảm nhận của họ. Khách sạn phải làm sao để có thể giảm thiểu mức thấp nhất những sai sót có thể khiến khách than phiền. Những than phiền chủ yếu về bộ phận buồng là những vấn đề

như thiếu đồ trong phòng và vấn đề vệ sinh phòng. Những vấn đề này thường xuyên bị khách hàng phản ánh. Nhưng vấn đề là lời phàn nàn phải được giải quyết ngay. Nếu không sẽ ảnh hưởng đến uy tín cũng như lợi nhuận của khách sạn.

Xử lý tốt những phàn nàn của khách là việc gần như bắt buộc và cực kì quan trọng đối với nhân viên của khách sạn. Sai sót là điều không thể tránh khỏi trong mọi tình huống. Tuy nhiên sai sót được giải quyết như thế nào mới là điều quan trọng, khách hàng có hài lòng với cách giải quyết của khách sạn không? Một số bước khách sạn nên làm:

- Chăm chú lắng nghe lời phàn nàn của khách
- Nhận biết vấn đề
- Hành động ngay (nếu có thể)
- Không hứa với khách những gì không làm được và nằm ngoài quyền hạn của mình.
- Tập trung lắng nghe lời phàn nàn của khách
- Mỉm cười vui vẻ với khách hàng bằng thái độ thành thật nhất
- Nói lời cảm ơn khách đã chỉ ra những sai sót này

KẾT LUẬN CHƯƠNG 3

Dựa trên cơ sở lý luận của chương 1 và thực trạng công tác nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn Northern Saigon, chương 3 dựa trên cơ sở đó đã hoàn thành mục tiêu nghiên cứu đề ra là đề xuất một số giải pháp về cơ sở vật chất, đội ngũ lao động, hệ thống giám sát và một số giải pháp khác chủ yếu nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn Northern Saigon.

KẾT LUẬN

Đề tài báo cáo đã đạt được những kết quả nhất định. Thứ nhất, báo cáo đã hệ thống hóa các cơ sở lý luận về hoạt động đào tạo nguồn nhân lực, đồng thời rút ra các bài học kinh nghiệm quý báu về công tác nâng cao chất lượng dịch vụ buồng của một số khách sạn hiện nay. Thứ hai, ngoài việc đưa ra thực trạng về công tác nâng cao chất lượng dịch vụ tại bộ phận buồng của khách sạn Northern Saigon, từ đó đưa ra hạn chế và nguyên nhân dẫn đến các hạn chế này. Và cuối cùng, nội dung chương 3 của báo cáo đã đề xuất một số giải pháp nhằm mục đích nâng cao chất lượng của công tác nâng cao chất lượng dịch vụ buồng của khách sạn trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bùi Trọng Tiến Bảo (2015), *Quản trị chất lượng dịch vụ*. (Tài liệu lưu hành nội bộ) Khoa Quản trị Du lịch- Nhà hàng- Khách sạn, Trường Đại học Công nghệ TP Hồ Chí Minh
2. Đặng Thanh Vũ và Trương Lê Uyên (2015), *Nghiệp vụ buồng*, (Tài liệu lưu hành nội bộ), Khoa Quản trị Du lịch- Nhà hàng- Khách sạn, Trường Đại học Công Nghệ TP Hồ Chí Minh.
3. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), *Phân tích dữ liệu với SPSS*, Nhà Xuất Bản Hồng Đức.
4. Hoàng Trọng (2005), *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*, NXB Thống kê.
5. Nguyễn Quyết Thắng (2015), *Nghiệp vụ buồng từ lý thuyết đến thực tế*. NXB Tài Chính
6. Nguyễn Quyết Thắng (2015), *Nghiệp vụ buồng từ lý thuyết đến thực tế*. NXB Tài Chính
7. Nguyễn Hoàng Long (2014), “*Quản trị chất lượng dịch vụ*”, (Tài liệu nội bộ) khoa Du lịch- Nhà hàng- Khách sạn, Trường đại học Công Nghệ TP Hồ Chí Minh
8. Pizam, A., and J. Holcomb (2008). *International Dictionary of Hospitality Management*. (1st, Ed) Oxford, UK: Butterworth-Heinemann.
9. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. (1985). *A conceptual model of service quality and its implications for future research*, Journal of Marketing, 49 Fall