

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH
VỤ PHÒNG TẠI KHÁCH SẠN SIGNATURE BOUTIQUE**

Ngành: **QUẢN TRỊ DU LỊCH – NHÀ HÀNG – KHÁCH SẠN**

Chuyên ngành: **QUẢN TRỊ NHÀ HÀNG – KHÁCH SẠN**

Giảng viên hướng dẫn: **ThS.Nguyễn Hoàng Long**

Sinh viên thực hiện : **Trần Quý Bảo**

MSSV:1054050149 Lớp:10DQKS4



LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là đề tài nghiên cứu của tôi. Những kết quả và các số liệu trong khóa luận được thu thập tại bộ phận buồng phòng của Khách sạn Signature Boutique không sao chép từ bất kỳ nguồn nào khác. Tôi hoàn toàn chịu trách nhiệm trước nhà trường về sự cam đoan này.

Tp. Hồ Chí Minh, Ngày....tháng....năm 2014

Sinh viên thực hiện

Trần Quý Bảo

LỜI CẢM ƠN

Trong bốn năm vừa qua, có lẽ đây là khoảng thời gian khó khăn nhất cho sinh viên chúng tôi. Vừa phải chuẩn bị tâm thế bước vào đời vừa phải gấp rút hoàn thành các điều kiện cần thiết để ra trường. Tuy nhiên, đây cũng là khoảng thời gian đáng quý nhất. Bởi lẽ, trong thời gian này chúng tôi được sự quan tâm đặc biệt của thầy cô cũng như sự đón nhận của cộng đồng. Riêng đối với tôi, để hoàn thành bài khóa luận tốt nghiệp này ngoài sự nỗ lực của bản thân tôi còn nhận được sự giúp đỡ của nhiều cá nhân và tập thể.

Qua đây tôi xin chân thành cảm ơn !

- Ban Giám hiệu cùng với các thầy cô trong khoa Quản trị Kinh doanh của Trường Đại học Công Nghệ Thành Phố Hồ Chí Minh đã tạo điều kiện cho tôi học tập, thu nhận kiến thức trong 4 năm học vừa qua.
- ThS.Nguyễn Hoàng Long, người đã tận tình hướng dẫn tôi trong quá trình làm bài.
- Ban Giám Đốc khách sạn Signature Boutique.
- Chị Ngô Kim Ngân – Trưởng bộ phận buồng phòng, anh Liêu Công Tuấn – Trợ lý bộ phận, anh Trần Hữu Trường – Trưởng phòng nhân sự, là những người đã tạo điều kiện cho tôi có cơ hội làm việc tại Bộ phận buồng phòng của Khách sạn Signature Boutique.
- Chị Thủy (nhân viên bộ phận buồng phòng) là người đã trực tiếp chỉ dẫn cho tôi trong những ngày đầu đến làm việc tại đây.
- Cùng toàn thể nhân viên của bộ phận buồng phòng đã nhiệt tình giúp đỡ để tôi có thêm những kinh nghiệm thực tế trước khi rời khỏi ghế nhà trường.

Tp. HCM, ngày....tháng....năm 2014

Sinh viên thực hiện

Trần Quý Bảo



NHẬN XÉT GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN

Họ và tên:

MSSV:

Lớp:

Đơn vị thực tập:

Giáo viên hướng dẫn: ThS.Nguyễn Hoàng Long.

Điểm số:

Điểm chữ:

1. Về mặt hình thức:

.....

.....

2. Về mặt nội dung:

.....

.....

3. Tinh thần, thái độ:

.....

.....

4. Tiến độ thực tập:

.....

.....

5. Nhận xét chung:

.....

.....

Tp.HCM, Ngày....tháng....năm 2014

Giáo Viên Hướng Dẫn

ThS.Nguyễn Hoàng Long

MỤC LỤC

Nội dung	Trang
LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
NHẬN XÉT GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN	iii
MỤC LỤC	iv
DANH SÁCH CÁC BẢNG SỬ DỤNG	viii
DANH SÁCH CÁC SƠ ĐỒ	ix
LỜI MỞ ĐẦU	ix
1. Tính cấp thiết của đề tài	1
2. Mục tiêu nghiên cứu	2
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu đề tài	2
4. Phương pháp nghiên cứu	2
5. Kết cấu đề tài	2
CHƯƠNG 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ PHÒNG	3
1.1 Các khái niệm liên quan đến chất lượng dịch vụ	3
1.1.1 Khái niệm về chất lượng	3
1.1.2 Khái niệm về chất lượng dịch vụ	3
1.1.2.1 Khái niệm	3
1.1.2.2 Đặc điểm sản phẩm dịch vụ	4
1.1.3 Khái niệm chất lượng dịch vụ khách sạn	5
1.1.3.1 Khái niệm	5
1.1.3.2 Đặc điểm chất lượng dịch vụ khách sạn	6
1.2 Sự thỏa mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng	9
1.2.1 Khái niệm	9
1.2.2 Hiểu biết về nhu cầu và mong đợi của khách hàng	9
1.2.2.1 Nhận dạng được khách hàng	10
1.2.2.2 Tìm hiểu nhu cầu của khách hàng	10
1.2.2.3 Kiểm tra đo lường sự hài lòng của khách hàng	11
1.3 Sự cần thiết của việc nâng cao chất lượng phục vụ buồng phòng trong khách sạn	12
1.3.1 Khái niệm về buồng phòng và bộ phận Housekeeping trong khách sạn	12
1.3.1.1 Khái niệm “buồng phòng” trong khách sạn	12



1.3.1.2 Bộ phận Housekeeping trong khách sạn	12
1.3.1.3 Chức năng và nhiệm vụ của bộ phận Housekeeping trong khách sạn	13
.....	13
1.3.2 Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ buồng phòng	13
1.3.2.1 Nhóm nhân tố chủ quan	13
1.3.2.2 Nhóm nhân tố khách quan	15
1.3.3 Sự cần thiết của việc nâng cao chất lượng phục vụ buồng phòng	16
1.3.3.1 Lý do của việc nâng cao chất lượng phục vụ buồng phòng	16
1.3.3.2 Lợi ích của việc nâng cao chất lượng phục vụ buồng phòng	17
Tiểu kết chương 1	18
CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ PHÒNG TẠI KHÁCH SẠN SIGNATURE BOUTIQUE	19
2.1 Giới thiệu tổng quan về khách sạn Signature Boutique	19
2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển	19
2.1.2 Chức năng và lĩnh vực hoạt động	19
2.1.3 Cơ cấu tổ chức của khách sạn	20
2.1.3.1 Sơ đồ tổ chức	20
2.1.3.2 Chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận trong khách sạn	21
2.1.4 Tình hình hoạt động kinh doanh của khách sạn	22
2.1.4.1 Dịch vụ phòng và các loại phòng	22
2.1.4.2 Nhà hàng & Bar	23
2.1.4.3 Dịch vụ khác – Hầm rượu	23
2.1.4.4 Kết quả kinh doanh bộ phận phòng tại khách sạn Signature Boutique	23
.....	23
2.2 Giới thiệu về bộ phận Housekeeping của khách sạn Signature Boutique	25
2.2.1 Cơ cấu tổ chức nhân sự của bộ phận Housekeeping	25
2.2.2 Chức năng và nhiệm vụ của từng chức danh thuộc bộ phận Housekeeping	26
.....	26
2.2.2.1 Trưởng bộ phận phòng – Executive housekeeper	26
2.2.2.2 Thư ký văn phòng - Secretary Housekeeping	27
2.2.2.3 Giám sát viên tầng - Floor Supervisor	28
2.2.2.4 Nhân viên giặt là - Laundry Attendent	28
2.2.2.5 Nhân viên bộ phận đồng phục	29
2.2.2.6 Nhân viên khu vực công cộng	29
2.2.3 Mối quan hệ giữa bộ phận Housekeeping với các bộ phận khác	30

2.2.3.1 Với bộ phận lễ tân	30
2.2.3.2 Với bộ phận bàn – bar	31
2.2.3.3 Với bộ phận bảo vệ	31
2.2.3.4 Với bộ phận nhân sự	31
2.2.3.5 Với bộ phận hỗ trợ kỹ thuật	31
2.3 Quy trình phục vụ phòng của Bộ phận Housekeeping trong khách sạn	31
2.3.1 Chuẩn bị phòng đón khách	31
2.3.2 Phục vụ khách trong thời gian lưu trú	32
2.3.2.1 Khâu chuẩn bị	32
2.3.2.2 Quy trình làm việc	33
2.3.3 Chuẩn bị cho khách trả phòng và rời khách sạn	36
2.4 Thực trạng chất lượng phục vụ buồng ở khách sạn Signature Boutique	37
2.4.1 Trình độ của đội ngũ nhân viên	37
2.4.2 Cơ sở vật chất	38
2.4.3 Quy trình phục vụ	38
2.4.4 Công tác quản lý chất lượng phục vụ phòng	39
2.4.5 Kết quả khảo sát chất lượng phục vụ phòng	39
2.5 Đánh giá chất lượng phục vụ buồng ở khách sạn Signature Boutique	41
2.5.1 Điểm mạnh	41
2.5.2 Hạn chế và nguyên nhân tồn tại	42
2.5.2.1 Hạn chế	42
2.5.2.2 Nguyên nhân tồn tại	42
Tiểu kết chương 2	43
CHƯƠNG 3 MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ PHÒNG TẠI KHÁCH SẠN SIGNATURE BOUTIQUE	44
3.1 Mục tiêu và phương hướng kinh doanh của khách sạn	44
3.1.1 Mục tiêu	44
3.1.2 Phương hướng	44
3.2 Các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Signature Boutique trong thời gian tới	45
3.2.1 Về cơ sở vật chất, sản phẩm phục vụ	45
3.2.1.1 Cơ sở	45 giải pháp
3.2.1.2 Nội dung	45
3.2.1.3 Tổ chức, thực hiện	45
3.2.2 Về đội ngũ nguồn nhân lực	46



3.2.2.1 Cơ sở	46	giải pháp
3.2.2.2 Nội dung	46	
3.2.2.3 Tổ chức thực hiện	47	
3.2.3 Về công tác quản lý, đào tạo huấn luyện nhân viên	48	
3.2.3.1 Cơ sở	48	giải pháp
3.2.3.2 Nội dung	48	
3.2.3.3 Tổ chức thực hiện	48	
3.2.4 Về kỹ năng xử lý than phiền cho nhân viên và nhà quản trị	49	
3.2.4.1 Cơ sở	49	giải pháp
3.2.4.2 Nội dung	49	
3.2.4.3 Tổ chức, thực hiện	49	
3.2.5 Về công tác quản lý chất lượng phục vụ	50	
3.2.5.1 Cơ sở	50	giải pháp
3.2.5.2 Nội dung	50	
3.2.5.3 Tổ chức, thực hiện	50	
3.2.6 Về xây dựng tiêu chuẩn chất lượng phục vụ cho bộ phận Housekeeping	51	
3.2.6.1 Cơ sở		
.....	51	giải pháp
3.2.6.2 Nội dung	51	
3.2.6.3 Tổ chức, thực hiện	51	
3.3 Các kiến nghị	52	
3.3.1 Kiến nghị với nhà nước và tổng cục du lịch	52	
3.3.2 Kiến nghị với các ban ngành thành phố Hồ Chí Minh	53	
Tiểu kết chương 3	53	
KẾT LUẬN	54	
TÀI LIỆU THAM KHẢO	55	



DANH SÁCH CÁC BẢNG SỬ DỤNG

Bảng 2.1 Quy mô các loại phòng tại Signature Boutique Hotel	23
Bảng 2.2 Kết quả hoạt động kinh doanh bộ phận phòng khách sạn Signature Boutique	24
Bảng 2.3 Tỷ lệ % ý kiến đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn Signature Boutique.	40



DANH SÁCH CÁC SƠ ĐỒ

Sơ đồ 2.1 Sơ đồ tổ chức nhân sự khách sạn Signature Boutique	20
Sơ đồ 2.2 Sơ đồ tổ chức trong bộ phận buồng phòng	26

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 đặc 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.

Xuất phát từ phương châm hoạt động của khách sạn, toàn thể nhân viên của Signature Boutique Hotel luôn cố gắng thực hiện tốt nhiệm vụ được giao, luôn tự đổi mới nâng cao năng lực bản thân. Tôi cũng là một phần của khách sạn, với mong muốn được vận dụng những kiến thức tích lũy trong bốn năm qua để áp dụng vào thực tế để có thể cùng chung tay xây dựng và giữ vững thương hiệu Signature Boutique Hotel nên tôi đã quyết định thực hiện đề tài khóa luận tốt nghiệp “ Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Signature Boutique ”.

2. Mục tiêu nghiên cứu

- Tìm hiểu về chất lượng dịch vụ phòng trong khách sạn
- Tìm hiểu bộ phận Housekeeping của khách sạn Signature Boutique
- Phân tích quy trình phục vụ phòng tại khách sạn Signature Boutique
- Phân tích thực trạng chất lượng dịch vụ phòng ở khách sạn Signature Boutique
- Đề xuất một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ phòng ở khách sạn Signature Boutique trong thời gian tới

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu đề tài

- Đối tượng nghiên cứu: đề tài tập trung nghiên cứu về chất lượng dịch vụ phòng, quy trình phục vụ phòng và các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ phòng ở khách sạn Signature Boutique
- Phạm vi nghiên cứu: đề tài tập trung phân tích trong bộ phận Housekeeping ở khách sạn Signature Boutique

4. Phương pháp nghiên cứu

- Các phương pháp chủ yếu được sử dụng trong quá trình thực hiện đề tài:
- Phương pháp nghiên cứu lý luận kết hợp với quan sát tìm hiểu thực tế
- Phương pháp thu thập và xử lý thông tin
- Phương pháp phân tích
- Phương pháp tổng hợp

5. Kết cấu đề tài

Ngoài phần mở đầu và kết luận, đề tài được chia thành ba phần chính như sau:

- Chương 1: Cơ sở lý luận về chất lượng dịch vụ phòng
- Chương 2: Thực trạng chất lượng dịch vụ phòng ở khách sạn Signature Boutique
- Chương 3: Một số giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ phòng ở khách sạn Signature Boutique

CHƯƠNG 1

CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ PHÒNG

1.1 Các khái niệm liên quan đến chất lượng dịch vụ

1.1.1 Khái niệm về chất lượng

Theo định nghĩa của tiêu chuẩn ISO9001: 2008 thì “Chất lượng là mức độ của một tập hợp các đặc tính vốn có đáp ứng các yêu cầu”. Để hiểu rõ hơn cần phân tích những cụm từ sau:

- Yêu cầu là nhu cầu hay mong đợi đã được công bố ngầm hiểu chung hay bắt buộc.
- Đặc tính:

- + Đặc trưng để phân biệt đối tượng này với các đối tượng khác cùng loại. Ví dụ: Thương hiệu cà phê Trung Nguyên khác thương hiệu cà phê khác ở màu nâu đỏ đặc trưng.

- + Đặc tính vốn có, đặc trưng cố hữu lâu bền gắn liền với sự tồn tại của đối tượng. Ví dụ: Người châu Á có đặc tính là tóc đen, da vàng.

Theo định nghĩa trên thì chất lượng sản phẩm là mức độ của một tập hợp các đặc tính vốn có phù hợp với yêu cầu của khách hàng mà nó nhắc đến.

1.1.2 Khái niệm về chất lượng dịch vụ

1.1.2.1 Khái niệm

Đầu tiên để tiếp cận một cách cụ thể về khái niệm chất lượng dịch vụ thì chúng ta cũng cần biết đôi chút về “dịch vụ” là gì. Theo đó thì dịch vụ là những hoạt động hoặc là chuỗi hoạt động mà thông thường ít hoặc nhiều chúng ta không thể sờ thấy về mặt tự nhiên được, nhưng không nhất thiết, xảy ra sự tác động qua lại giữa một bên là khách hàng và một bên là người cung cấp dịch vụ và / hoặc tiềm lực về mặt vật lý của sản phẩm và / hoặc hệ thống người cung cấp mà nó được cung cấp như là những giải pháp cho vấn đề của người tiêu dùng (Gronroos, 1990).

Dịch vụ khác với sản phẩm kiểu mẫu hơn là hàng hoá (Foxall, 1985). Điều này bắt nguồn từ ba phương diện cơ bản dẫn đến dịch vụ khác với hàng hoá ở chỗ làm cách nào để được sản xuất, được tiêu thụ và được định giá.

Dịch vụ, kết hợp với sản xuất hàng hoá, là sự trải nghiệm và đánh giá từ khách hàng những người mà họ có mục tiêu cụ thể và động cơ chi phối dịch vụ. (Young, 2000).

Dịch vụ là có thể nhận biết, tính hữu hình của hoạt động cũng là mục tiêu chính của sự thực hiện theo cách nhằm cung cấp sự thoả mãn mong muốn của khách hàng (Walker, 1990).

Chất lượng dịch vụ được định nghĩa là sự nhận thức của khách hàng về chất lượng dịch vụ của một tổ chức cụ thể nào đó dựa trên sự so sánh thành tích của tổ chức đó trong việc cung cấp dịch vụ với sự mong đợi chung của khách hàng đối với tất cả các tổ chức khác trong cùng ngành cung cấp dịch vụ.

Chất lượng dịch vụ được đo lường bởi sự mong đợi và nhận định của khách hàng với năm yếu tố:

- *Đáng tin cậy*: Khả năng thực hiện dịch vụ chắc chắn, đáng tin và chính xác như đã hứa của tổ chức với khách hàng.
- *Sự nhiệt tình*: Ước muốn của nhân viên được sẵn sàng phục vụ khách hàng và cung cấp dịch vụ nhanh chóng.
- *Sự đảm bảo*: Sự hiểu biết đúng đắn, tay nghề thành thạo và thái độ lịch sự cùng với khả năng thể hiện sự chân thực và tự tin.
- *Lòng thông cảm*: mức độ lo lắng, chăm sóc quan tâm từng cá nhân và đề nghị của họ mà tổ chức du lịch dành cho khách hàng.
- *Yếu tố hữu hình*: Các phương tiện vật chất, trang thiết bị, tài liệu quảng cáo, ... và bề ngoài của nhân viên của tổ chức du lịch.

1.1.2.2 Đặc điểm sản phẩm dịch vụ

Sản phẩm dịch vụ mang tính vô hình

Với hàng hóa thông thường chúng ta có thể cầm nắm, đụng chạm vào được còn đối với sản phẩm là dịch vụ thì không thể di chuyển trong không gian, không thể nhìn thấy, không thể cầm nắm hay sờ nắn vì sản phẩm dịch vụ tồn tại dưới dạng phi vật chất. Chính vì thế mà người cung cấp loại sản phẩm này cũng như là người tiêu dùng không kiểm tra được chất lượng của nó ra sao trước khi sử dụng. Ngoài ra mỗi khách hàng có một quan điểm khác nhau cho nên sự cảm nhận của họ về chất

lượng sản phẩm này là khác nhau. Cho nên việc xây dựng sản phẩm dịch phù hợp là rất khó khăn.

Sản phẩm dịch vụ không thể tồn kho

Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn, sản phẩm từ bộ phận phòng mang lại doanh thu lớn nhất cho khách sạn. Đặc biệt sản phẩm của bộ phận này không thể lưu kho, nếu một phòng hôm nay không bán được đồng nghĩa với việc khách sạn sẽ bị lỗ chi phí cố định của phòng đó. Ở đây ta thấy quá trình sản xuất và tiêu dùng của sản phẩm dịch vụ khách sạn diễn ra trùng nhau cả về không gian và thời gian điều này làm cho sản phẩm khách sạn có tính “tươi sống” cao.

Sản phẩm dịch vụ chỉ được thực hiện khi có sự tham gia trực tiếp của khách hàng

Trên thực tế, khách hàng là người có vai trò quyết định đối với việc sản xuất ra các sản phẩm dịch vụ. Cụ thể như, khi nhà cung cấp bán hàng tức cho thuê dịch vụ phòng, dịch vụ ăn uống... cho khách hàng, khách hàng sử dụng chúng, lúc đó sản phẩm dịch vụ mới được tạo ra. Chính vì điều này buộc các khách sạn phải đứng trên quan điểm của người sử dụng để thiết kế, xây dựng bố trí, mua sắm các trang thiết bị và lựa chọn cách trang trí nội thất bên trong và ngoài khách sạn để có thể giữ vị trí của khách sạn trong lòng khách hàng khi đến với khách sạn và đạt được mục tiêu kinh doanh.

Sản phẩm dịch vụ có tính tổng hợp cao

Ngày nay nhu cầu của khách hàng rất phong phú và đa dạng nên trong cơ cấu kinh doanh sản phẩm dịch vụ nhất là kinh doanh khách sạn cần lưu ý. Sản phẩm khách sạn phải được bổ sung để dần đi đến sự hoàn thiện của qui trình phục vụ khách từ hoạt động lưu trú, ăn uống đến các hoạt động vui chơi giải trí tại khách sạn cũng như tổ chức các chương trình du lịch cho khách lưu trú tại khách sạn mỗi khi họ cần. Đặc biệt, việc đa dạng hóa các dịch vụ bổ sung sẽ giúp khách sạn nâng cao sức cạnh tranh của mình trên so với các đối thủ.

1.1.3 Khái niệm chất lượng dịch vụ khách sạn

1.1.3.1 Khái niệm

Chất lượng dịch vụ trong ngành khách sạn được coi là mức độ cung cấp dịch vụ mà một doanh nghiệp kinh doanh khách sạn đã chọn nhằm thỏa mãn mức độ nhu

cầu của khách hàng mà họ hướng đến. Vậy chất lượng dịch vụ khách sạn theo cách

tiếp cận từ góc độ người tiêu dùng, chính là mức độ thỏa mãn của khách hàng với dịch vụ của khách sạn.

Từ đó ta có đẳng thức sau:

$$\text{Chất lượng dịch vụ khách sạn} = \text{Sự thỏa mãn của khách hàng}$$

Tuy nhiên

$$\text{Sự thỏa mãn của khách hàng} = \text{Sự cảm nhận sau tiêu dùng sản phẩm} - \text{Sự mong chờ}$$

Qua đẳng thức trên, chúng ta thấy rằng: Khách hàng sau khi tiêu dùng sản phẩm dịch vụ mà cảm nhận của họ thấp hơn so với sự mong chờ ban đầu thì dẫn đến khách sẽ cảm thấy thất vọng, khi đó chất lượng dịch vụ khách sạn sẽ bị đánh giá là rất tồi tệ. Nhưng ngược lại, sau khi tiêu dùng sản phẩm dịch vụ mà cảm nhận của khách vượt qua sự mong chờ của họ thì chất lượng dịch vụ của khách sạn được đánh giá là rất tốt.

Chất lượng dịch vụ khách sạn không chỉ là việc cung cấp dịch vụ tốt đúng lúc, đúng thời điểm nhằm thỏa mãn nhu cầu hợp pháp của khách hàng mà khách sạn nên thiết kế một mức cung cấp dịch vụ ở mức độ cao hơn so với những gì khách kỳ vọng. Đó gọi là “đi trước một bước” để thực hiện được điều này cần phải có sự phối hợp chặt chẽ của tổng thể các bộ phận và hơn hết là thái độ phục vụ của nhân viên, cho dù trang thiết bị cơ sở vật chất tiện nghi đồ ăn thức uống hoàn hảo đến đâu mà thái độ phục vụ của nhân viên không tốt làm phiền lòng khách thì bị đánh giá là chất lượng dịch vụ không tốt, kém chất lượng. Chính vì thế mà các doanh nghiệp kinh doanh khách sạn hiện nay luôn tìm cách vận động làm mới bản thân bằng cách nâng cao chất lượng các dịch vụ của mình nhằm giữ chân khách và tìm kiếm khách hàng mục tiêu mới.

1.1.3.2 Đặc điểm chất lượng dịch vụ khách sạn

Thứ nhất: chất lượng dịch vụ khách sạn khó đo lường và khó đánh giá

Có thể nói chất lượng dịch vụ trong khách sạn là khó đo lường và khó đánh giá là vì sản phẩm của khách sạn chủ yếu là các dịch vụ, mang tính vô hình nên việc đánh giá các yếu tố này khó khăn hơn là đối với các yếu tố hữu hình. Có nghĩa là chúng phụ thuộc vào cảm nhận của khách hàng sử dụng. Mặt khác, tâm lý và nhu cầu của khách hàng luôn thay đổi theo thời gian cho nên sự thỏa mãn đối với cùng một dịch vụ vào thời điểm khác nhau thì sẽ khác nhau. Việc đánh giá chất lượng

dịch vụ khách sạn là rất khó khăn đã khiến một số nhà quản lý khách sạn có xu

hướng dựa vào những hoạt động có thể nhìn thấy và đo đếm được chẳng hạn như số lượng khách đến khách sạn, hay dựa vào cách ứng xử của nhân viên phục vụ đối với quản lý để suy ra thái độ phục vụ của nhân viên đối với khách của khách sạn và những phản hồi từ khách hàng.

Thứ hai: chất lượng dịch vụ khách sạn chỉ được đánh giá chính xác qua sự cảm nhận của khách hàng sử dụng trực tiếp sản phẩm của khách sạn

Đặc điểm này cho thấy rằng chất lượng dịch vụ khách sạn phụ thuộc vào sự cảm nhận trực tiếp của những khách hàng sử dụng sản phẩm. Vì đây là sản phẩm đặc biệt, quá trình tạo ra và tiêu dùng các dịch vụ khách sạn diễn ra gần như trùng nhau về thời gian và không gian. Họ là nhân vật chính không thể thiếu trong quá trình này vì họ có cái nhìn của người trong cuộc vừa có cái nhìn của người bỏ tiền ra để mua sản phẩm của khách sạn. Đánh giá của họ về chất lượng dịch vụ của khách sạn được xem là chính xác nhất.

Từ đặc điểm này các nhà quản lý khách sạn muốn đánh giá chính xác nhất chất lượng dịch vụ của khách sạn thì phải luôn đứng trên cái nhìn của khách hàng chứ không nên dựa trên những nhận định hay cảm nhận chủ quan của riêng mình mà xem xét.

Thứ ba: Chất lượng dịch vụ của khách sạn phụ thuộc vào quá trình cung cấp dịch vụ của doanh nghiệp khách sạn

Quá trình cung cấp dịch vụ tại khách sạn bao giờ cũng được thực hiện dựa trên hai yếu tố cơ bản: cơ sở vật chất kỹ thuật và những nhân viên tham gia trực tiếp vào quá trình cung cấp dịch vụ. Vì thế khi đánh giá chất lượng dịch vụ của khách sạn – chất lượng của một sản phẩm vô hình khách hàng thường có xu hướng dựa vào chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng.

- Chất lượng kỹ thuật

Là toàn bộ chất lượng của các cơ sở vật chất tiện nghi trong khách sạn như: Tính hiện đại của trang thiết bị, mức độ thẩm mỹ trong trang trí nội thất và thiết kế khách sạn, mức độ vệ sinh bên trong và bên ngoài khách sạn, mức độ an toàn trong đảm bảo tài sản và tính mạng khách...

- Chất lượng chức năng

Là những yếu tố liên quan đến con người đặc biệt là những nhân viên phục

hình thức bên ngoài của nhân viên, trình độ học vấn, trình độ ngoại ngữ, tình trạng sức khỏe, độ tuổi, giới tính... Trong đó thì cách ứng xử, thái độ phục vụ của nhân viên là quan trọng nhất vì nó ảnh hưởng việc đánh giá chất lượng sản phẩm của khách sạn. Giúp khách hàng dễ dàng trả lời cho câu hỏi như thế nào? khi cảm nhận chất lượng dịch vụ.

Cả hai thành phần này đều tác động đến hình ảnh của một khách sạn và quyết định đến chất lượng dịch vụ được cảm nhận của khách sạn. Các nhà quản lý luôn quan tâm và tìm cách cải thiện hai chất lượng trên một cách thường xuyên dựa vào sự thay đổi trong nhu cầu sở thích và sự đòi hỏi của nhóm đối tượng khách hàng mục tiêu mà khách sạn hướng đến.

Thứ tư: chất lượng dịch vụ khách sạn đòi hỏi tính nhất quán cao

Tính nhất quán cao phải được nhìn từ hai góc độ:

- Một là sự thống nhất cao và sự thông suốt trong nhận thức và hành động của tất cả các bộ phận, tất cả các thành viên của khách sạn từ trên xuống dưới về mục tiêu chất lượng cần đạt được của doanh nghiệp. Vì thế đòi hỏi các chủ trương chính sách của khách sạn phải đồng bộ với nhau.
- Hai là sự đồng bộ toàn diện trước sau như một và đúng như lời hứa mà khách sạn công bố với khách hàng. Chất lượng dịch vụ phải tốt ở mọi lúc, mọi nơi và đối với mỗi khách hàng. Yêu cầu mỗi nhân viên phục vụ khách bằng thái độ công bằng mọi khách hàng là như nhau không được phân biệt khách thường và khách quan trọng hay khách ít tiền thưởng và khách nhiều tiền thưởng, thêm nữa là chất lượng dịch vụ khách sạn cũng không thể chỉ tốt vào lúc đầu khi khách mới đến còn về sau thì không giống như lúc ban đầu.

Tuy nhiên tính nhất quán của chất lượng dịch vụ khách sạn không được đánh đồng với tính cố định bất biến. Chất lượng dịch vụ khách sạn không phải diễn ra trong một lúc, một thời điểm nhất định nào đó nhằm vào mục đích đối phó với cơ quan chức năng, chất lượng dịch vụ không phải chỉ chú tâm xây dựng một lần rồi bỏ, mà chất lượng dịch vụ trong khách sạn phải được xây dựng từng bước củng cố hoàn thiện và điều chỉnh kịp thời nhằm phù hợp với điều kiện thay đổi của thị trường.

1.2 Sự thỏa mãn nhu cầu và mong đợi của khách hàng

1.2.1 Khái niệm

Theo tiêu chuẩn ISO9001:2008 phần cơ sở từ vựng, sự thỏa mãn khách hàng là cảm nhận của khách hàng về mức độ đáp ứng các yêu cầu. Quá trình đó là tập hợp các thao tác để xác định giá trị của một đại lượng. Như vậy sự thỏa mãn của khách hàng là quá trình đo lường các “giá trị” cảm nhận về mức độ đáp ứng các yêu cầu của họ. Một khái niệm khác thường áp dụng trong thực tiễn của các doanh nghiệp, sự thỏa mãn khách hàng là đo lường mức độ trạng thái cảm giác của một người bắt nguồn từ việc so sánh kết quả thu được từ sản phẩm hay dịch vụ với những kỳ vọng của người đó.

Giá trị cảm nhận chịu tác động bởi chất lượng cảm nhận và sự mong đợi của khách hàng. Khi đó, sự mong đợi của khách hàng có tác động trực tiếp đến chất lượng cảm nhận. Trên thực tế, khi mong đợi càng cao, có thể tiêu chuẩn về chất lượng cảm nhận của khách hàng đối với sản phẩm càng cao hoặc ngược lại. Do vậy, yêu cầu về chất lượng sản phẩm và dịch vụ cung cấp cho khách hàng cần phải đảm bảo và được thỏa mãn trên cơ sở sự hài lòng của họ. Sự hài lòng của khách hàng được tạo thành trên cơ sở chất lượng cảm nhận, sự mong đợi và giá trị cảm nhận, nếu chất lượng và giá trị cảm nhận cao hơn sự mong đợi sẽ tạo nên lòng trung thành ở khách hàng, trường hợp ngược lại, đây là sự phàn nàn hay sự than phiền về sản phẩm mà họ tiêu dùng.

1.2.2 Hiểu biết về nhu cầu và mong đợi của khách hàng

Trong lĩnh vực nhà hàng khách sạn ai cũng hiểu rằng việc chăm sóc khách hàng tốt là tạo ra một cảm giác thoải mái cho khách, đảm bảo các nhu cầu của họ được thỏa mãn. Vậy nhu cầu và mong đợi của khách hàng là gì, thoát nghĩ nhu cầu là cái tất yếu, tự nhiên, là thuộc tính tâm lý của con người, là đòi hỏi tất yếu của con người để tồn tại và phát triển chẳng hạn như những thứ cần thiết tối thiểu trong cuộc sống thường ngày của một người như là ăn, uống, mặc, ngủ, nghỉ, vui chơi giải trí...

Theo quan điểm Marketing hiện đại thì bất kỳ hoạt động sản xuất kinh doanh nào cũng bắt nguồn từ khách hàng và dựa trên nhu cầu mong đợi của khách hàng. Việc lựa chọn bất kỳ thị trường nào nhưng phải tìm hiểu rõ nhu cầu của thị trường mục tiêu sẽ giúp cho việc hoạch định chiến lược chính sách kinh doanh của doanh nghiệp gặp nhiều thuận lợi. Ngoài ra giúp doanh nghiệp thành công trong

việc cung cấp dịch vụ có chất lượng, và đồng thời tạo mối quan hệ thân quen với khách hàng. Để đạt được những điều đó doanh nghiệp phải thực hiện các bước sau:

1.2.2.1 Nhận dạng được khách hàng

Để thực hiện được bước này doanh nghiệp bắt buộc phải trả lời câu hỏi: “khách hàng mục tiêu của mình là ai?” Nếu không làm được điều này thì doanh nghiệp sẽ khó thành công được vì không chọn đúng thị trường mục tiêu. Khách hàng của doanh nghiệp không chỉ là những người đang sử dụng sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp mà còn là những người mới biết đến sản phẩm của doanh nghiệp bạn trên các phương tiện truyền thông hay khách hàng của đối thủ cạnh tranh mà cũng có thể là những đối tác làm ăn, nhà cung ứng cho doanh nghiệp, thương nhân, chính trị gia... Nói chung khách đến với sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp đa dạng nên cần phải nhận dạng được loại khách của mình để thiết kế sản phẩm dịch vụ sao cho phù hợp với từng loại khách nhằm cung cấp dịch vụ cho thật tốt để giữ chân được khách hàng.

1.2.2.2 Tìm hiểu nhu cầu của khách hàng

Tiếp theo đó doanh nghiệp phải xác định được khách hàng của mình họ có nhu cầu gì khi đến với doanh nghiệp. Việc tìm hiểu nhu cầu của khách hàng là hết sức cần thiết vì như thế sẽ giúp doanh nghiệp hiểu rõ hơn nhu cầu mong đợi của khách hàng, nhằm đáp ứng kịp thời đúng lúc đúng cách và đúng nguyện vọng của khách khi đó hiệu quả sẽ rất cao. Phương pháp nghiên cứu khách hàng hữu hiệu là phương pháp Marketing, đây chính là chìa khóa để giúp các khách sạn tìm hiểu hết mong đợi của khách hàng và sự cảm nhận của họ về chất lượng dịch vụ mà doanh nghiệp đang cung cấp. Thông qua những hoạt động nghiên cứu tìm hiểu về nhu cầu của khách hàng doanh nghiệp có thể đạt được những mục đích sau:

- Thấy được những nhu cầu mong đợi thực sự của khách đối với sản phẩm dịch vụ.
- Thấy được những thiếu sót, những sai lầm trong quá trình phục vụ cần khắc phục sửa chữa.
- Thấy được thực trạng phục vụ của khách sạn mình với đối thủ cạnh tranh.
- Đánh giá về thái độ, tinh thần làm việc của nhân viên, của các bộ phận để phê bình hay khen thưởng.

- Theo dõi những sự thay đổi trong mong đợi của khách hàng.

- Dự đoán những mong đợi của khách hàng trong tương lai.

- Có năm phương diện thường được nghiên cứu để đánh giá nhu cầu của khách hàng trước và sau khi sử dụng dịch vụ, đó là: độ tin cậy, sự đảm bảo, tính hữu hình, thái độ cảm và sự phản hồi. Giúp doanh nghiệp có thể đến gần hơn với khách hàng hiểu được nhu cầu của đối tượng khách hàng của mình thì doanh nghiệp dễ dàng thành công trong việc cung cấp dịch vụ hơn.

1.2.2.3 Kiểm tra đo lường sự hài lòng của khách hàng

Một công cụ đơn giản để khảo sát và phân tích sự hài lòng của khách hàng là nghiên cứu thông tin phản hồi của khách hàng. Ý kiến phản hồi của khách hàng là tài liệu vô cùng quan trọng và cần thiết cho một doanh nghiệp. Thông qua thông tin phản hồi, doanh nghiệp sẽ biết được khách hàng của mình hài lòng như thế nào với những sản phẩm và dịch vụ mà khách hàng được cung cấp. Từ đó, doanh nghiệp có thể đánh giá được sản phẩm và dịch vụ của mình rồi có những phương pháp để cải thiện hay nâng cao chất lượng sản phẩm của mình. Làm thế nào để biết được thông tin từ khách hàng? Phương pháp hữu hiệu để nhận biết nhu cầu của khách hàng đó chính là thu thập thông tin của họ. Có rất nhiều cách để thu thập thông tin về khách hàng như:

- Thẻ (sổ, hộp thư....) góp ý và các cuộc điều tra chính thức là cách dễ dàng nhất và được áp dụng rộng rãi nhất trong các doanh nghiệp, đặc biệt trong khách sạn để đo lường mức độ hài lòng của khách hàng. Trong bảng câu hỏi thường có rất nhiều câu hỏi kiểu mở - đóng để thuận tiện cho khách hàng góp ý.

- Liên hệ trực tiếp với khách hàng: phương pháp này thường được sử dụng đối với các khách hàng là các công ty hàng đầu hay các cá nhân là khách hàng thân thiết của khách sạn. Những vấn đề họ góp ý hay khiếu nại thường là một kinh nghiệm quý báu đối với doanh nghiệp.

- Tin tức trực tiếp từ khu vực kinh doanh: bất cứ nhân viên nào tiếp xúc trực tiếp với khách hàng đều có thể lấy được thông tin có ích từ khách hàng bằng cách đơn giản là tham gia vào cuộc trò chuyện của khách hàng hay lắng nghe khách hàng. Hay đơn giản hơn cả là nhân viên chỉ cần quan sát hành vi của khách hàng để nhận biết nhu cầu của họ.

Nghiên cứu các khiếu nại: các khiếu nại có thể là một nguồn then chốt về thông tin khách hàng. Các khiếu nại cho phép tổ chức kinh doanh tìm hiểu về

các vấn đề dẫn đến thất bại, sai lầm của sản phẩm và dịch vụ, đặc biệt là về khoảng cách giữa những kỳ vọng và thực hiện.

Sau khi thu thập thông tin từ khách hàng thì cần phải xử lý, phân tích số liệu bằng phương pháp phân tích thống kê và cần phải kiểm tra số liệu mã hóa nó để máy tính tính toán các số liệu. Bước cuối cùng là báo cáo kết quả nghiên cứu.

1.3 Sự cần thiết của việc nâng cao chất lượng phục vụ buồng phòng trong khách sạn

1.3.1 Khái niệm về buồng phòng và bộ phận Housekeeping trong khách sạn

1.3.1.1 Khái niệm “buồng phòng” trong khách sạn

Sản phẩm chính trong kinh doanh khách sạn đó chính là “buồng phòng” cho khách thuê qua đêm. Theo cách gọi khác nhau giữa 2 miền Nam-Bắc Việt Nam, miền Bắc gọi là “buồng” và miền Nam gọi là “phòng”. Nhưng cơ bản cả 2 khái niệm này đều giống nhau về nghĩa là dùng chỉ nơi lưu trú, nghỉ ngơi của con người. Cho nên trong phòng phải đảm bảo được những tiện nghi vật chất tối thiểu đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi của du khách. Tùy vào đẳng cấp riêng của từng khách sạn thì chất lượng và mức độ cung cấp dịch vụ, trang thiết bị tiện nghi trong phòng cũng khác nhau. Từ đặc điểm trên, chúng ta có thể hiểu về khái niệm “buồng phòng” trong khách sạn như sau:

Đó chính là không gian sinh hoạt riêng được trang bị những tiện nghi vật chất tối thiểu phục vụ nhu cầu nghỉ ngơi cho du khách, tùy thuộc vào khả năng thanh toán và đẳng cấp hay loại hạng của từng cơ sở lưu trú mà khách hàng phải trả một khoản chi phí để có quyền sử dụng chúng.

1.3.1.2 Bộ phận Housekeeping trong khách sạn

House-keeping là một danh từ kép, theo nghĩa tiếng anh có nghĩa là công việc quản lý gia đình, quản gia. Khái niệm này được hiểu đơn giản như công việc của người nội trợ trong gia đình. Bộ phận Housekeeping trong khách sạn giữ một vai trò đặc biệt quan trọng trong lĩnh vực kinh doanh dịch vụ lưu trú. Từ việc làm vệ sinh phòng ốc, bảo quản các đồ dùng và trang thiết bị tiện nghi, tài sản trong phòng cho đến vệ sinh tất cả không gian sinh hoạt và khu vực khác trong phạm vi của khách sạn. Mọi thứ phải được đảm bảo trong tình trạng vệ sinh tốt nhất và phù hợp với tiêu chuẩn cũng như đẳng cấp của từng khách sạn.

1.3.1.3 Chức năng và nhiệm vụ của bộ phận Housekeeping trong khách sạn

Chức năng và nhiệm vụ chính của bộ phận Housekeeping trong khách sạn là hằng ngày lau dọn và phục vụ buồng ngủ đạt tiêu chuẩn để đảm bảo sự thuận lợi nhất cho khách trong quá trình lưu trú tại khách sạn. Hơn nữa, bộ phận này còn có trách nhiệm đảm bảo vệ sinh của các khu vực công cộng trong toàn bộ khách sạn. Những nơi mà khách có thể đến, tiền sảnh, nhà hàng (Front of the house) hay cho đến những nơi dành cho nhân viên, khu vực làm việc của các bộ phận (Back of the house) đều phải được dọn vệ sinh hằng ngày hoặc định kỳ. Ở một số những khách sạn tiêu chuẩn quốc tế thì bộ phận Housekeeping còn đảm nhận vai trò cung cấp dịch vụ giặt ủi cho khách và nhân viên, khách hàng phải trả chi phí riêng cho những dịch vụ cộng thêm này hoặc được sử dụng miễn phí do đã được tính vào mức giá buồng tiêu chuẩn. Bộ phận Housekeeping trong khách sạn sẽ phối hợp với các bộ phận khác có liên quan trong quá trình phục vụ khách hàng, sự phối hợp nhịp nhàng này sẽ tạo một môi trường làm việc có hiệu quả, đảm bảo đáp ứng tốt nhất những yêu cầu của khách hàng đề ra. Trong mọi công việc của mình, mục đích của bộ phận là duy trì các tiêu chuẩn phù hợp cùng với phương thức phục vụ buồng hoàn hảo – điều này phản ánh qua sự hài lòng của khách hàng.

Bộ phận Housekeeping trợ giúp đắc lực cho hoạt động kinh doanh của khách sạn nói chung. Do doanh thu của khách sạn chủ yếu là từ việc bán buồng ngủ cho khách thuê. Do đó, việc đảm bảo tiêu chuẩn vệ sinh phòng sạch sẽ và thoải mái để bán cho khách hàng là rất quan trọng. Nó ảnh hưởng trực tiếp đến đánh giá của khách hàng và hoạt động kinh doanh của khách sạn. Ngoài những trách nhiệm kể trên, bộ phận Housekeeping còn phải kiểm soát chặt chẽ các chi phí như đồ vệ sinh, đồ vải, quản lý hàng hóa của nhà cung cấp, đảm bảo tuân thủ đúng quy cách sản phẩm và lịch trình phân phối, duy trì sản phẩm phục vụ theo đúng tiêu chuẩn của khách sạn đề ra trong khi vẫn chấp hành nghiêm chỉnh những quy định của pháp luật và tiêu chuẩn về an toàn, tiêu chuẩn y tế.

1.3.2 Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ buồng phòng

1.3.2.1 Nhóm nhân tố chủ quan

a/ Yếu tố hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật

Các trang thiết bị cơ sở vật chất đóng góp một phần đáng kể vào quá trình sản xuất ra các sản phẩm dịch vụ. Trong khách sạn các trang thiết bị trong các khu phục vụ khách tại bộ phận buồng, bar... và các trang thiết bị máy móc phục vụ cho



của sản phẩm. Đòi hỏi các sản phẩm dịch vụ không những tốt về chất lượng bên trong mà còn phải đẹp về hình dáng bên ngoài, như thế mới là sản phẩm toàn diện. Các tiêu chí để đánh giá chất lượng cơ sở vật chất kỹ thuật trong khách sạn là: sự tiện nghi, tính thẩm mỹ và sự an toàn.

Mức độ tiện nghi của trang thiết bị: đầy đủ các tính năng cần thiết, đảm bảo tính hiện đại và sự tiện lợi cho khách khi sử dụng và nhân viên trong công tác vệ sinh.

Tính thẩm mỹ: Thể hiện ở lối kiến trúc độc đáo, hợp lý, sự đồng bộ về kiểu dáng, màu sắc, ánh sáng; sự hài hoà trong cách bài trí... nhằm gây ấn tượng cho người tiêu dùng, mang lại sự thoải mái thư giãn cho khách. Mỗi khách sạn nên tạo cho mình một gam màu riêng dựa trên đặc điểm văn hoá của khách.

Mức độ an toàn: Khi đầu tư xây dựng một khách sạn, các nhà đầu tư sẽ chú ý rất nhiều vào mức độ an toàn nhằm bảo đảm cho khách cũng như đối với dự luận về an toàn của khách sạn. Đó là thiết bị phòng cháy chữa cháy, lối thoát hiểm khi có sự cố và thiết bị phải đảm bảo an toàn cho người sử dụng, an toàn về tính mạng, tài sản cho khách...

Sự vệ sinh sạch và an toàn theo đúng tiêu chuẩn: bầu không khí trong lành vô hại, mùi hương trong phòng phải tự nhiên, nguồn nước và môi trường xanh, không côn trùng gây hại, không mầm bệnh... phải đảm bảo cho khách cảm nhận được sự thoáng đãng trong lành.

Bốn tiêu chí này thường đi kèm với nhau, nếu thiếu một trong bốn thì cơ sở vật chất cũng không được đánh giá là hoàn hảo.

b/ Yếu tố con người

Đây là nhân tố quan trọng tạo nên sự khác biệt lớn nhất của sản phẩm dịch vụ với các sản phẩm hàng hóa thông thường khác. Một khách sạn được đầu tư về kỹ thuật tốt trang thiết bị hiện đại, tiện nghi nhưng đội ngũ nhân viên thiếu chuyên nghiệp không mang đến cho khách sự hài lòng thì coi như chất lượng của khách sạn đó yếu kém. Chất lượng của đội ngũ lao động được đánh giá trên 2 đối tượng là: đội ngũ nhân viên phục vụ và đội ngũ quản lý của khách sạn.

+ Chất lượng nhân viên phục vụ:

Độ tuổi, giới tính, ngoại hình

Trình độ chuyên môn nghiệp vụ

Phẩm chất đạo đức

Khả năng giao tiếp

Mối quan hệ giữa khách với nhân viên và giữa nhân viên với nhau....

+ Chất lượng đội ngũ quản lý

Đối với những nhân viên phục vụ vì là con người nên tâm lý không ổn định đôi lúc mắc sai lầm cho nên đằng sau mọi hoạt động của họ cần thiết có bàn tay tác động của các nhà quản lý. Nếu những tác động này đúng mức sẽ đem lại kết quả tốt, ngược lại có thể gây tổn hại cho chính doanh nghiệp. Do vậy, đòi hỏi đội ngũ quản lý phải có năng lực thực sự. Việc đánh giá chất lượng đội ngũ quản lý ngoài các chỉ tiêu như trên còn dựa vào trình độ, khả năng lãnh đạo, khả năng giao tiếp, uy tín đối với nhân viên cấp dưới...

Đội ngũ quản lý phải có kiến thức về chuyên môn nghiệp vụ nhằm quản lý chặt chẽ các nhân viên của mình tránh những sai lầm và qua mặt quản lý.

c/ Phương pháp làm việc

Trong hoạt động kinh doanh khách sạn, phương pháp hay quy trình làm việc luôn giữ một vị trí rất quan trọng. Các phương pháp làm việc sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng sản phẩm dịch vụ của khách sạn, bởi lẽ với một quy trình hợp lý nhân viên sẽ làm việc một cách hiệu quả hơn tiêu tốn thời gian ít hơn. Đồng thời, khi áp dụng các quy trình sẽ làm tăng thêm tính chuyên nghiệp trong việc cung ứng dịch vụ của khách sạn, mang lại sự tự tin cho nhân viên khi phục vụ khách hàng. Do vậy, cần thường xuyên cải tiến, cập nhật các phương pháp làm việc mới để có được một sản phẩm dịch vụ hoàn hảo hơn. Đồng thời cần phải thiết lập các tiêu chuẩn, mục tiêu cụ thể để dễ dàng kiểm tra mức độ hiệu quả của các quy trình khi đưa vào hoạt động.

1.3.2.2 Nhóm nhân tố khách quan

a/ Sự cảm nhận của khách hàng về chất lượng dịch vụ

Nhân tố khách quan có ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ đó chính là cảm nhận của khách hàng. Khách hàng giữ vai trò quan trọng trong quá trình thực hiện cũng như việc đánh giá chất lượng phục vụ của một khách sạn. Họ phải đến tận nơi

để tiêu dùng mới có thể đưa ra đánh giá của mình về chất lượng phục vụ của khách

sạn đó là như thế nào. Khi sự cảm nhận thực tế những gì mà họ nhận được cao hơn hoặc bằng với mong đợi trước đó thì khách sạn được xem là 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 tiêu dùng, sở thích, nhu cầu... Do vậy, để làm hài lòng họ, chúng ta phải “hiểu ý” và hiểu họ thật sự mong đợi gì. Để khách hàng có được cảm nhận tốt về chất lượng phục vụ, không phải chỉ cần sáng tạo ra những dịch vụ đa dạng để đáp ứng nhu cầu của họ. Không phải chỉ trang bị những tiện nghi vật chất hiện đại chỉ để tạo sự hào nhoáng ở cái nhìn bên ngoài mà còn phải có một đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn cao, cung cấp sự phục vụ hoàn hảo, tạo cho khách hàng cảm giác thoải mái, được tiếp đón nồng nhiệt, được quan tâm và được trân trọng.

b/ Môi trường

Đây cũng là một yếu tố quan trọng mà các nhà quản lý cần quan tâm khi đánh giá chất lượng dịch vụ của khách sạn. Vì môi trường ở khách sạn sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến khách hàng trong thời gian họ lưu trú. Đặc biệt, khi mà sự bất ổn về chính trị, sự bùng nổ của các dịch bệnh ngày càng nhiều thì việc lựa chọn một điểm đến an toàn luôn là yếu tố mà khách hàng đặt lên hàng đầu. Khi tiến hành đánh giá môi trường của khách sạn thông thường các nhà quản lý chú trọng đến mức độ an toàn và khả năng ứng phó khi có sự cố xảy ra. Ngoài ra, môi trường làm việc của nhân viên cũng rất là quan trọng, vì chúng ta biết rằng khi tâm trạng thoải mái thì làm việc sẽ có năng suất cao. Cho nên các cấp quản lý cần tạo môi trường làm việc thoải mái cho nhân viên để đạt được hiệu quả tốt trong công việc.

1.3.3 Sự cần thiết của việc nâng cao chất lượng phục vụ buồng phòng

1.3.3.1 Lý do của việc nâng cao chất lượng phục vụ buồng phòng

- Trong kinh doanh lưu trú thì kinh doanh chủ yếu là bán phòng cho khách thuê, hay chúng ta có thể gọi là “bán giấc ngủ cho khách”. Nhu cầu của khách khi tìm đến khách sạn của chúng ta là họ muốn có được một giấc ngủ thoải mái, giúp họ hồi phục sức khỏe để tiếp tục cuộc hành trình của mình. Việc phục vụ phòng không chu đáo hay nguyên nhân nào khiến khách hàng không hài lòng khi họ lưu trú tại khách sạn sẽ gây ảnh hưởng đến uy tín và hình ảnh của khách sạn, ảnh hưởng đến mục tiêu lợi nhuận của khách sạn.

- Môi trường kinh doanh đã có sự thay đổi, từ tình trạng cầu lớn hơn cung ở thời kỳ đầu mở cửa nền kinh tế sang tình trạng dư cung ở hầu khắp các điểm du

lịch trên khắp cả nước. Cho thấy sự cạnh tranh ngày càng gay gắt trong kinh doanh lưu

trú. Chưa kể đến những tên tuổi lớn trong ngành, những tập đoàn khách sạn quốc tế như Hyatt, Accor, Marriot, Starwood, Hilton...

- Yêu cầu đòi hỏi ngày càng cao của du khách, họ không chỉ là người có khả năng thanh toán cao mà còn có nhiều kinh nghiệm trong du lịch và lưu trú. Nên việc nâng cao chất lượng phục vụ phòng sẽ giúp cho các doanh nghiệp kinh doanh lưu trú trong nước khẳng định được chất lượng cũng như thương hiệu của mình. Vì đa số các khách du lịch quốc tế khi đến Việt Nam, họ đều so sánh giữa chất lượng phục vụ phòng của các cơ sở lưu trú tại Việt Nam với các nơi mà họ đã đi qua ở các quốc gia khác.

1.3.3.2 Lợi ích của việc nâng cao chất lượng phục vụ buồng phòng

- Chất lượng phục vụ cao sẽ giúp gia tăng lợi nhuận cho khách sạn. Giữ chân được những khách cũ, khách sạn sẽ có được một nguồn khách thường xuyên và có thể thu hút thêm nhiều khách hàng mới. Việc trải nghiệm và tiêu dùng tại khách sạn sẽ để lại những đánh giá tốt hay không tốt về khách sạn của bạn. Đó cũng chính là yếu tố ảnh hưởng đến quyết định có nên quay trở lại khách sạn nữa hay không. Và những đánh giá tốt của khách hàng sẽ giúp cho khách sạn thu hút thêm nhiều khách hàng tiềm năng mới mà không phải tốn chi phí cho quảng cáo, marketing. Ngược lại, nếu như sự phục vụ không làm cho khách hài lòng thì họ có thể sẽ chuyển sang sử dụng dịch vụ hay sản phẩm của đối thủ cạnh tranh, và những đánh giá không tốt sẽ tạo ấn tượng xấu cho những khách hàng chưa từng tới khách sạn. Như vậy khách sạn sẽ mất đi cả những khách cũ và những khách hàng tiềm năng mới, cũng như sẽ ảnh hưởng đến uy tín và hình ảnh của khách sạn.

- Nâng cao chất lượng phục vụ phòng giúp gia tăng khả năng cạnh tranh và nâng giá bán một cách hợp lý. Trên thực tế, những khách sạn có đẳng cấp, luôn quan tâm đến việc nâng cao chất lượng phục vụ, nên việc họ có thể nâng giá bán cao hơn những đối thủ cạnh tranh khác là rất hợp lý. Chất lượng phục vụ phòng của những khách sạn này luôn thể hiện đúng tiêu chuẩn cũng như đẳng cấp của khách sạn. Ngoài việc làm hài lòng những khách hàng khó tính nhất, mà chất lượng phục vụ phòng tại đây còn giúp tăng khả năng cạnh tranh, nâng cao uy tín và danh tiếng cũng như khẳng định vị thế trên thị trường.

- Việc nâng cao chất lượng phục vụ, giúp khách sạn tiết kiệm được chi phí quảng cáo, marketing. Ngoài ra, việc duy trì các biện pháp nhằm nâng cao chất lượng phục vụ còn giúp doanh nghiệp giảm các chi phí kinh doanh như : Tối thiểu

trình kiểm tra, giám sát quá trình thực hiện. Nâng cao chất lượng phục vụ bằng việc quản lý chất lượng ngay từ lúc sản xuất, hoàn thiện liên tục trong quá trình thực hiện. Giúp giảm các chi phí cho việc sửa chữa các sai sót như: chi phí bồi hoàn cho khách hàng, chi phí cho việc xử lý các than phiền, đền bù thiệt hại mà khách sạn đã gây ra cho khách.

Tiểu kết chương 1

Trên đây là phần cơ sở lý thuyết của đề tài. Thật vậy, chương trên đã thể hiện, từ việc tìm hiểu về các khái niệm dịch vụ, chất lượng dịch vụ, các khái niệm về buồng phòng đến việc tìm hiểu về sự thỏa mãn và mong đợi của khách hàng là như thế nào. Để từ đó nêu lên được những lý do cần thiết cho việc phải nâng cao chất lượng dịch vụ buồng phòng. Đây là chương cơ sở làm nền tảng để các chương tiếp theo được hình thành.

CHƯƠNG 2

THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ PHÒNG TẠI KHÁCH SẠN SIGNATURE BOUTIQUE

2.1 Giới thiệu tổng quan về khách sạn Signature Boutique

2.1.1 Quá trình hình thành và phát triển

Khách Sạn Signature Boutique là một kiến trúc hiện đại với mặt tiền thoáng nằm trên cung đường mua sắm sầm uất bậc nhất Sài Gòn đó là đường Nguyễn Trãi, được xây dựng và đã đi vào hoạt động từ ngày 28 tháng 01 năm 2012, dưới sự quản lý và điều hành của Công ty TNHH DV & Đầu tư Signature, trải qua hơn 01 năm hình thành và phát triển, Signature Boutique Hotel hiện nay là một trong những khách sạn hàng đầu thành phố Hồ Chí Minh với dịch vụ kinh doanh đa dạng, phong phú nhằm phục vụ mọi nhu cầu của khách hàng.

Signature Boutique Hotel tọa lạc ở vị trí thuận lợi trên đường Nguyễn Trãi, theo đó bạn sẽ dễ dàng tìm thấy sự thuận tiện để di chuyển đến các địa điểm du lịch của thành phố, bạn có thể vừa tận hưởng sự nhộn nhịp, sầm uất của những quán ăn mang nét đặc trưng của người Hoa ở Quận 5 lại có thể chứng kiến được sự hiện đại, hoành tráng của sự phát triển của khu trung tâm Quận 1.

Với diện tích hơn 300m² nằm ngay trung tâm thành phố và mặt tiền rộng rãi, kiến trúc được xây dựng pha lẫn một chút gì đó mang phong cách nghệ thuật hiện đại tạo nên một nét đặc trưng của Signature Boutique Hotel với các khách sạn hiện đại khác và không chỉ đơn thuần như vậy nó là sự hòa quyện văn hóa thể hiện sự hữu nghị Việt – Hoa, để du khách có thể cảm nhận sự mến khách thân thiện của con người – đất nước Việt nam và coi Việt nam như ngôi nhà, không phải riêng những người bạn Trung Hoa mà là toàn Châu Á, trên khắp năm châu.

2.1.2 Chức năng và lĩnh vực hoạt động

Khách sạn Signature Boutique có chức năng sản xuất và tổ chức phục vụ những dịch vụ và hàng hóa đáp ứng những nhu cầu về nghỉ ngơi, ăn uống, giải trí và các nhu cầu khác của khách trong những ngày khách lưu trú tại khách sạn.

Là một đơn vị kinh doanh theo nguyên tắc hạch toán kinh tế nhằm mục đích thu lợi nhuận, khách sạn phải tổ chức và quản lý tốt các hoạt động sản xuất bán và trao cho khách những hàng hóa, dịch vụ đạt mức chất lượng đề ra với chi phí thấp

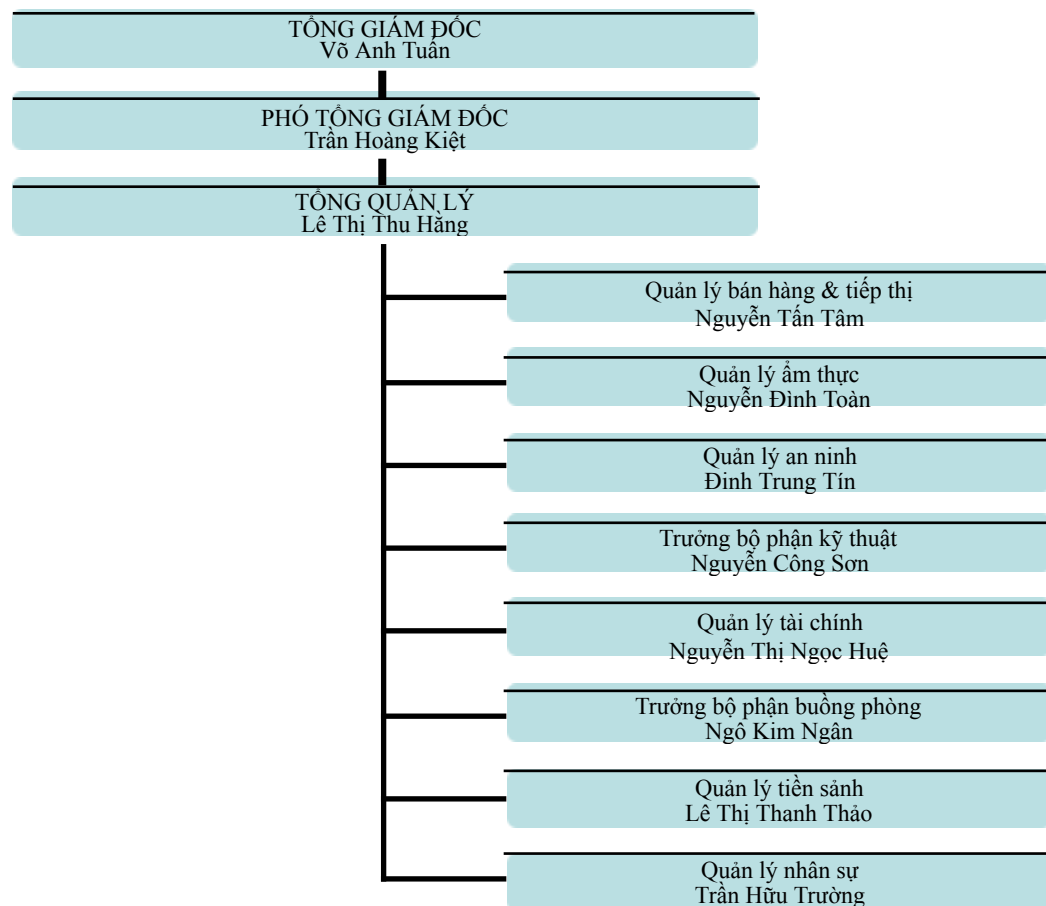
nhất trong môi trường kinh doanh của khách sạn.

Đi kèm với những chức năng đó, khách sạn Signature Boutique còn có các nhiệm vụ:

- Tổ chức việc sản xuất và cung ứng các dịch vụ lưu trú, ăn uống, vui chơi giải trí và một số dịch vụ bổ sung cho khách trong thời gian khách lưu trú tại khách sạn.
- Quản lý tốt các hoạt động sản xuất, tài chính, nhân sự, marketing, không ngừng nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh.
- Bảo đảm thu nhập và các chế độ đã quy định cho các cán bộ nhân viên trong khách sạn.
- Nghiêm chỉnh thực hiện đầy đủ các khoản nộp ngân sách, các yêu cầu về an ninh xã hội và cảnh quan cũng như mọi quy định của Nhà nước về kinh doanh khách sạn.

2.1.3 Cơ cấu tổ chức của khách sạn

2.1.3.1 Sơ đồ tổ chức



Sơ đồ 2.1 Sơ đồ tổ chức nhân sự khách sạn Signature Boutique



2.1.3.2 Chức năng và nhiệm vụ của từng bộ phận trong khách sạn

a/ Sale & Marketing – Bộ phận bán hàng, tiếp thị

Họ ngoài việc chịu trách nhiệm tìm kiếm thị trường khách mới, phát triển thị trường khách cũ của khách sạn họ còn phải thực hiện các công việc xúc tiến thương mại như đưa ra các chiến dịch quảng cáo, khuyến mãi, chiêu thị, các chương trình đặc biệt vào các ngày lễ. Từ đó cho thấy trách nhiệm của họ phải đảm bảo nguồn thu và công suất phòng cho khách sạn ở mức cao nhất.

b/ Food & Beverage – Bộ phận ẩm thực

Do khách sạn sở hữu 1 nhà hàng với quy mô vừa phải cho nên tổ chức của bộ phận này bao gồm quản lý ẩm thực và bếp trưởng, có nhiệm vụ thực hiện các dịch vụ về ăn uống, tổ chức các loại hình tiệc, phục vụ ăn uống tại phòng cho khách khi họ có nhu cầu...

c/ Security – Bộ phận an ninh

Cũng như các khách sạn khác, bộ phận bảo vệ của khách sạn Signature Boutique cũng làm việc 24/24, chia 3 ca làm việc. Họ chịu trách nhiệm bảo vệ tài sản của khách, nhân viên và cả tài sản của khách sạn. Họ còn phải bảo vệ an ninh bên trong cũng như bên ngoài khách sạn, đảm bảo an toàn tuyệt đối cho tất cả khách hàng và nhân viên khách sạn.

d/ Engineering – Bộ phận kỹ thuật

Chịu trách nhiệm sửa chữa và bảo trì toàn bộ các vật dụng trong khách sạn. Ngoài ra họ còn phải thực hiện các chương trình bảo dưỡng định kỳ để tránh hư hỏng các trang thiết bị cả bên trong lẫn bên ngoài.

f/ Financial – Bộ phận tài chính

Nhân viên trong bộ phận này chịu trách nhiệm kiểm soát hệ thống hóa đơn xuất nhập trong toàn bộ khách sạn. Họ thực hiện đầy đủ các chế độ báo cáo tài chính, thuế của khách sạn...

g/ Housekeeping – Bộ phận buồng phòng

Chịu trách nhiệm chăm sóc phòng ốc và cơ sở vật chất cho khách sạn, đảm bảo vệ sinh cho tất cả các khu vực trong khách sạn giúp khách hàng cảm thấy thoải mái trong nghỉ ngơi và có những giấc ngủ ngon mỗi tối.

h/ Front Office – Bộ phận tiền sảnh

Đây là bộ phận thân kinh trung ương của khách sạn, hầu hết các công việc, hoạt động thường ngày của khách sạn đều thông qua bộ phận này. Đây là bộ phận trực tiếp, cũng là cầu nối giữa khách hàng và khách sạn.

i/ Human Resource – Bộ phận nhân sự

Bộ phận này giúp đỡ các bộ phận khác trong việc tuyển dụng đào tạo cũng như tái đào tạo đội ngũ nhân viên cho khách sạn. Bộ phận này giải quyết tất cả các chế độ liên quan đến nhân sự, chế độ hưởng lương... Trực tiếp tổ chức ký hợp đồng với các nhân viên khi tuyển dụng thành công.

2.1.4 Tình hình hoạt động kinh doanh của khách sạn

2.1.4.1 Dịch vụ phòng và các loại phòng

Ngay từ khi hình thành khách sạn Signature Boutique đã đáp ứng đầy đủ tối thiểu các tiêu chuẩn của khách sạn 3 sao với chất lượng dịch vụ phòng tốt nhất đáp ứng và làm hài lòng mọi nhu cầu của khách hàng. Signature Boutique là một trong những khách sạn có thiết kế mang tính nghệ thuật độc đáo ở Thành phố Hồ Chí Minh với 5 tầng, 12 phòng cao cấp. Thị trường khách hàng mục tiêu là khách hàng nổi tiếng trong nước như giới ca sĩ, nghệ sĩ, các tầng lớp thượng lưu, doanh nhân, ngoài ra thị phần khách du lịch nước ngoài cũng là một thị trường đầy tiềm năng về số lượng du khách cũng như mức độ chi trả mà khách sạn đang nhắm đến.

Hiện nay, Signature Boutique Hotel không ngừng cải tiến về chất lượng dịch vụ và phòng ốc tiện nghi để tạo ra chất lượng dịch vụ hoàn hảo ngày càng đáp ứng được nhu cầu khách hàng hơn nữa.

HI-TECH STUDIO

Với thiết kế nổi bật, trẻ trung trong không gian 38m², Tivi LED 3D 46inch và hệ thống âm thanh loa Bose điều khiển từ xa bằng tia hồng ngoại Slim, Hi-tech Studio sẽ là một món quà đặc biệt cho những ai yêu thích giải trí bằng công nghệ cao.

OWNER STUDIO

Bày trí độc đáo, nhiều màu sắc, những mảng kính bao quanh căn phòng tạo nên những hình ảnh tương phản, sắc nét cũng góp phần làm không gian 30m² này

trở nên rộng rãi và thoải mái hơn bao giờ.

ART STUDIO

Art Studio sẽ là lựa chọn tuyệt vời nhất cho những khách hàng yêu thích sự tinh tế và hoàn hảo trong từng đường nét thiết kế. Những họa phẩm độc đáo được vẽ trên tường sẽ làm không gian 35m² trở nên thú vị hơn đối với Quý khách.

Loại Phòng	Diện Tích m ²	Số Lượng	Giá niêm yết USD/ngày đêm
Hitech Studio	38	4	120
Owner Studio	30	4	100
Art Studio	35	4	80

Bảng 2.1 Quy mô các loại phòng tại Signature Boutique Hotel

(Nguồn: Khách sạn Signature Boutique)

2.1.4.2 Nhà hàng & Bar

Signature Cafe

Là nơi phục vụ tất cả các món ăn Âu và Á, các thức uống dinh dưỡng mà giá cả lại phải chăng biến nó trở thành nơi lý tưởng nhất để tổ chức các buổi tiệc tại thành phố Hồ Chí Minh. Với thực đơn luôn thay đổi mỗi ngày theo các chủ đề khác nhau và đội ngũ đầu bếp nổi tiếng luôn sẵn sàng phục vụ mọi nhu cầu của quý khách Signature Café thực sự là điểm đến hấp dẫn không thể chối từ.

2.1.4.3 Dịch vụ khác – Hầm rượu

Ngay từ đầu thiết kế, Signature Boutique Hotel đã mang trong mình dòng máu của nghệ thuật, dòng máu ấy thể hiện qua bộ sưu tập rượu vang với hơn 300 loại rượu vang trên thế giới được trưng bày trong hầm rượu của khách sạn Signature Boutique. Khi khách đến lưu trú tại khách sạn, khách có thể ghé tham quan hầm rượu và gọi cho mình 1 chai ưa thích cùng nhâm nhi với thức ăn của nhà hàng tại khách sạn.

2.1.4.4 Kết quả kinh doanh bộ phận phòng tại khách sạn Signature Boutique

Bằng phương pháp điều tra và thu được kết quả xử lý số liệu bằng bảng tính Excel có được kết quả kinh doanh của bộ phận phòng tại khách sạn Signature Boutique thể hiện ở bảng dưới đây:

STT	Các chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2012	Năm 2013	So sánh năm 2013/2012	
					+/-	%
1	Tổng doanh thu	Trđ	6.950	7.450	500	107,19
	Doanh thu kinh doanh phòng	Trđ	3.601	3.940	339	109,41
	+ Tỷ trọng	%	51,81	52,89	1,08	
2	Tổng chi phí	Trđ	5.655	6.230	575	110,17
	+ Tỷ suất chi phí	%	81,37	83,62	2,25	
	Chi phí kinh doanh phòng	Trđ	2.750	2.960	210	107,64
	+ Tỷ suất chi phí KD phòng	%	48,63	47,51	(1,12)	
3	Nộp ngân sách	Trđ	262	285,5	23,5	108,97
4	Lợi nhuận	Trđ	1.295	1.220	(75)	94,21
	+ Tỷ suất lợi nhuận	%	18,63	16,38	(2,25)	
	Lợi nhuận kinh doanh phòng	Trđ	589	694,5	105,5	117,91
	+ Tỷ suất lợi nhuận KD phòng	%	16,36	17,63	1,27	
5	Tổng số lao động	Người	30	37	7	123,33
	- Lao động bộ phận phòng	Người	18	20	2	111,11
6	Tổng số lượt khách	Lượt	20.200	23.750	3.550	117,57
	- Khách quốc tế	Lượt	4.360	5.485	1.125	125,80
	- Khách nội địa	Lượt	15.840	18.265	2.425	115,31
7	Tổng số ngày khách	Ngày	202.250	231857,5	29.607,5	114,64
8	Công suất sử dụng phòng trung bình	%	80	91	11	

Bảng 2.2 Kết quả hoạt động kinh doanh bộ phận phòng khách sạn Signature Boutique

(Nguồn: Khách sạn Signature Boutique)

Đối với đề tài nghiên cứu, doanh thu mà dịch vụ phòng đem lại cho khách

luôn khá lớn trong tổng doanh thu (*năm 2012: 51,81%, năm 2013: 52,89% - theo bảng 2.1*). Bên cạnh đó, kinh phí đầu tư cho hoạt động kinh doanh phòng trong 2 năm tăng không quá nửa trong tổng chi phí của khách sạn. Kéo theo đó là lợi nhuận kinh doanh tăng không đáng kể (*105,5 trđ*) tương ứng là 1,27%. Số lao động trong bộ phận phòng năm 2013 tăng 2 người so với năm 2012 tương ứng tăng 11,11%. Điều này chứng tỏ khách du lịch đến với khách sạn Signature Boutique ngày càng tăng cụ thể: tổng lượt khách và tổng ngày khách tăng lên đáng kể 3.550 lượt tương ứng 17,57% và 29.607,5 ngày khách tương ứng 14,64%. Phản ánh qua công suất sử dụng phòng cũng tăng 11%.

Nhìn chung, hoạt động kinh doanh dịch vụ phòng của khách sạn chưa tốt. Mức tăng doanh thu chưa tương xứng với những đầu tư mà khách sạn bỏ ra. Doanh nghiệp cần tìm hiểu nguyên nhân từ đó có những giải pháp phù hợp nhằm nâng cao chất lượng cung ứng dịch vụ tới khách hàng, từ đó có thể thu hút thêm khách hàng đến với khách sạn.

2.2 Giới thiệu về bộ phận Housekeeping của khách sạn Signature Boutique

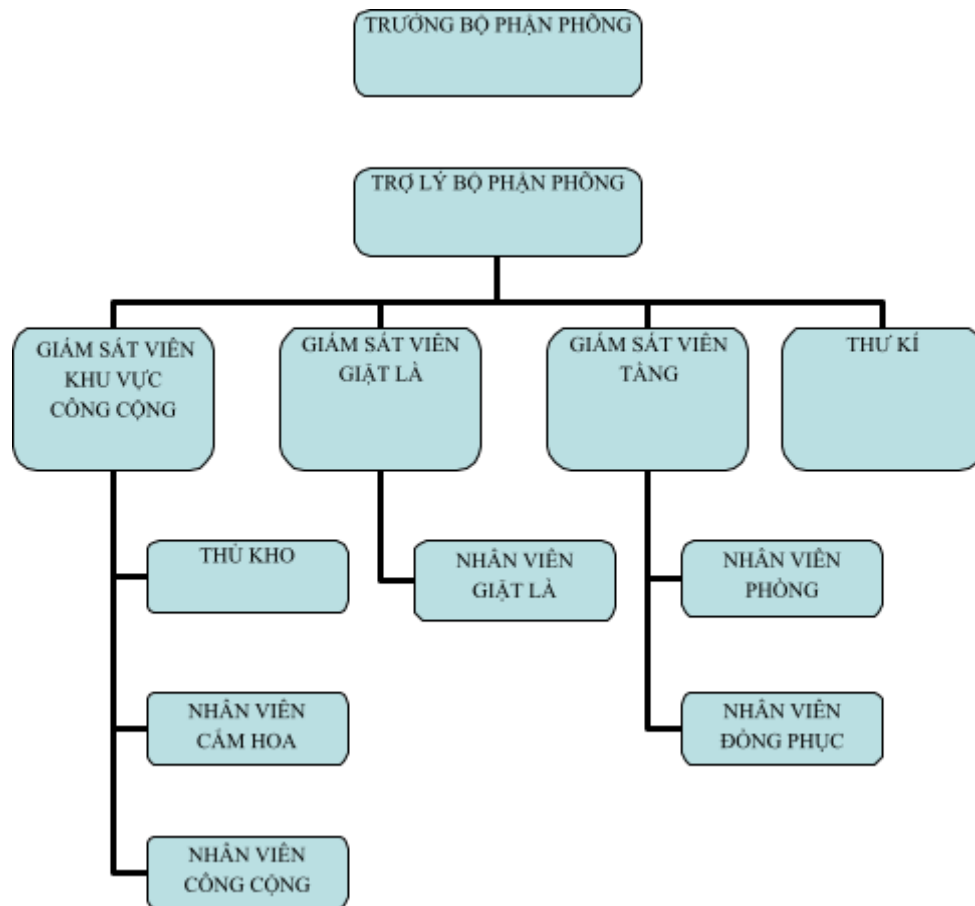
2.2.1 Cơ cấu tổ chức nhân sự của bộ phận Housekeeping

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.



Sơ đồ 2.2 Sơ đồ tổ chức trong bộ phận buồng phòng

(Nguồn: Khách sạn Signature Boutique)

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

2.2.2.1 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.

2.2.2.2 *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:

- + 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.

2.2.2.3 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.

2.2.2.4 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.

2.2.2.5 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.

2.2.2.6 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 kính, 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.

2.2.3 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,...

2.2.3.1 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.

2.2.3.2 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.

2.2.3.3 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.

2.2.3.4 Với bộ phận nhân sự

- Bộ phận buồng cùng 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.

2.2.3.5 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.

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

2.3.1 Chuẩn bị phòng đón khách

Vòng quay phòng được hiểu một cách đơn giản như sau: phòng trong tình trạng trống sạch (Vacant Clean) sẽ được bán cho khách, họ sẽ làm thủ tục

check-in và nhận chìa khoá phòng của mình. Đến khi họ làm thủ tục trả phòng. Phòng sẽ ở trong tình trạng trống dơ (Vacant Dirty). Phòng từ tình trạng trống

sạch đến tình trạng trống dơ được xem là một vòng quay trong kinh doanh và vòng quay này sẽ lặp lại liên tục. Do đó, người nhân viên phục vụ phòng sẽ đảm nhận vai trò vệ sinh phòng khi khách trả phòng, để phòng luôn ở trong tình trạng sạch sẵn sàng để Bộ phận Tiền sảnh có thể bán cho khách khác. Mục tiêu của công việc này là tối đa hoá lợi nhuận cho khách sạn.

Nhân viên sẽ nhận thông tin từ các giám sát viên về phòng sắp có khách check-in.

Việc chuẩn bị phòng cho khách cơ bản chia làm 2 loại :

- Nếu là khách thường thì việc chuẩn bị phòng như bình thường.
- Nếu là khách VIP, thì nhân viên chuẩn bị thêm hoa trang trí trong phòng.

2.3.2 Phục vụ khách trong thời gian lưu trú

2.3.2.1 *Khâu chuẩn bị*

Nhân viên lấy đồng phục tại phòng đồng phục. Ăn sáng tại nhà ăn nằm ở tầng 3 (là nhà ăn cho toàn thể nhân viên khách sạn) sau đó đi vào bộ phận để chuẩn bị họp và nhận bảng phân công công việc. Họp tại bộ phận và Trợ lý bộ phận sẽ là người chủ trì buổi họp sẽ báo cáo:

- Tình trạng phòng khách đang ở, khách chuẩn bị trả phòng, bao nhiêu phần trăm phòng đang sử dụng, bao nhiêu phần trăm phòng trống.
- Giá phòng trung bình trong ngày.
- Các ý kiến phản hồi từ khách.
- Các nhận xét và góp ý của quản lý bộ phận về hiệu quả công việc của ngày trước.
- Những điểm đặc biệt cần lưu ý khi làm phòng trong ngày hôm đó.
- Các thông báo nội bộ có liên quan.
- Trong ngày có nhân vật quan trọng nào đến hay không.

Sau khi họp, lấy các dụng cụ cần thiết như khăn lau sàn, khăn lau ly, khăn lau gương và bắt đầu làm việc.

2.3.2.2 Quy trình làm việc

Tìm xe đẩy và xếp các dụng cụ cần thiết lên xe: khăn tắm sạch, đồ vải sạch, áo choàng tắm, dép mang trong phòng, bao đựng đồ vải dơ, túi đựng rác...

Lấy máy hút bụi và 2 cành hoa để trang trí trong phòng. Sau khi đã chuẩn bị xong, nhìn bảng phân công công việc và xác định xem phòng nào cần làm trước, phòng nào cần lấy đồ giặt ủi, phòng nào có những điều đặc biệt cần lưu ý (ví dụ: khách yêu cầu làm phòng trễ, hoặc đặt thêm trái cây...)

Đẩy xe đến phòng khách. Xe đẩy phải đậu ngay ngắn, gọn gàng và luôn nằm trong giới hạn cho phép. Đến trước phòng khách:

Bước 1: Kiểm tra số phòng và chắc chắn rằng không có bảng DND (Xin đừng làm phiền - Do Not Disturb) trước cửa phòng. Nếu có thì không được bấm chuông.

Bước 2: Bấm chuông và gõ cửa phòng một cách nhẹ nhàng và dứt khoát.

Bước 3: Khi bấm chuông phải xưng danh với giọng rõ, tự tin, không thể hiện sự mệt mỏi lười biếng: “Chào buổi sáng/buổi trưa/buổi chiều, đây là bộ phận phòng”

Bước 4: Chờ trong vài giây và lặp lại bước 2 và 3. Lặp lại 2 lần nếu không nghe phản hồi của khách.

Bước 5: Sau khi gõ 3 lần và không nghe phản hồi của khách, nhẹ nhàng mở cửa và bước vào phòng, xưng danh một lần nữa.

Chú ý :

+ *Trường hợp có khách trong phòng*

- Nghe có tiếng phản hồi của khách thì đứng đợi khách ra mở cửa và chào khách: “Chào buổi sáng/buổi trưa/buổi chiều, đây là bộ phận phòng. Bây giờ tôi có thể làm phòng được không ạ?”

- Nếu khách nói “Vâng”, ta có thể bắt đầu làm việc.

- Nếu khách ở trong phòng trả lời mà không ra mở cửa , ta phải hỏi khách: “Bây giờ tôi có thể làm phòng được không hay trở lại làm sau ạ?”.

- Nếu khách nói “Không”, ta phải hỏi khách khi nào có thể quay lại làm phòng, tạm biệt khách và hứa sẽ quay lại làm phòng theo đúng giờ khách yêu cầu .

+ *Trường hợp không nghe tiếng phản hồi của khách sau 3 lần gõ cửa*

- Mở cửa nhẹ nhàng và bước vào phòng, quan sát xem có khách hay không

- Nếu chắc chắn không có khách trong phòng thì bắt đầu tiến hành công việc.

- Nếu gặp khách trong phòng ta nói: “Xin lỗi quý khách, tôi là nhân viên làm phòng, bây giờ tôi có thể làm phòng được không hay trở lại làm sau ạ?”

- Nếu khách đang ngủ hoặc đang tắm thì xin lỗi khách và nhẹ nhàng rời khỏi phòng.

Các bước làm phòng khách đã trả

Bước 1: Bấm chuông, mở cửa bước vào.

Bước 2: Kéo màn cửa sổ lên cao để lấy ánh sáng.

Bước 3: Tắt tivi nếu tivi đang mở.

Bước 4: Nếu trong phòng có gạt tàn thuốc thì đem rửa.

Bước 5: Kiểm tra các đèn và thiết bị điện trong phòng, nếu có hư hỏng phải gọi xuống văn phòng để gọi bộ phận kỹ thuật lên sửa chữa.

Bước 6: Lấy đồ vải sạch, bao đựng đồ dơ vào. Đồ vải sạch đặt trên bàn.

Bước 7: Đặt khay đựng hóa chất vào phòng tắm.

Bước 8: Thu lượm tất cả rác trong phòng.

Bước 9: Dọn sạch đĩa trái cây, mang dao và đĩa đựng trái cây, ly, tách, muỗng, gạt tàn vào bồn rửa tay rửa sạch.

Bước 10: Tháo tất cả đồ vải dơ và cho vào bao đựng đồ vải dơ.

Bước 11: Vào phòng tắm, xịt hóa chất vào bồn vệ sinh và phòng tắm.

Bước 12: Đẩy xe đẩy về lại kho để dọn sạch đồ vải dơ, đổ rác và lấy đồ vải sạch cho phòng sau trước khi quay lại phòng và bắt đầu công đoạn làm sạch.

Bước 13: Làm giường.

- Quy trình làm giường

Chỉnh lại giường, tấm bảo vệ giường cho ngay ngắn trước khi trải. Đảm bảo tấm bảo vệ giường vẫn sạch và không có tóc vương trên đó. Thay áo gối mới, nên thay lúc này vì nếu sau khi trải tấm trải giường và vỏ chăn sẽ tốn thời gian chỉnh sửa và kéo căng vỏ chăn lại.

Lấy tấm trải giường đứng một bên giường và tung tấm trải giường ra, chỉnh lại tấm trải giường cho ngay ngắn và tán góc 45° ở đầu và cuối giường, kéo và chỉnh sửa một lần nữa cho tấm trải giường thật căng và phẳng.

Trải tấm chăn lên, canh đúng chiều để khi mặc vỏ chăn sẽ vừa vặn, không bị dư ra giường sẽ không đẹp, mặc vỏ chăn vào, đây là bước khó khăn và mất nhiều thời gian nhất. Chỉnh sửa và kéo đều 2 bên sao cho tấm chăn căng phẳng và vừa vặn hai bên, kéo mép tấm vỏ chăn cho vừa với đầu giường và căng thẳng ra.

Tán 2 góc cuối giường vào một góc 90° . Xuống cuối giường và đẩy giường vào sát đầu giường, kéo và chỉnh sửa tấm chăn thêm một lần nữa để tạo độ căng cuối cùng đặt gối lên, 2 miệng bao gối quay vào nhau.

Boiớc 14: Vào nhà tắm và rửa tất cả các ly, tách, đĩa trái cây, gạt tàn thuốc dơ và đặt lại vào chỗ cũ.

Boiớc 15: Tiến hành quy trình làm sạch nhà tắm.

- Quy trình làm nhà tắm

Dùng miếng xốp chà xung quanh bồn tắm, thành bồn tắm và sàn, vách nhà tắm, lỗ thoát nước sau khi hóa chất đã ngấm. Chà sạch vòi sen đứng, vòi sen trong bồn tắm, học đựng xà bông và thành đựng vật dụng của khách.

Xả nước để làm sạch một lần nữa rồi dùng khăn lau khô tất cả. Trong khi thực hiện các công việc đó phải kiểm tra áp lực nước, tình trạng của vòi sen nếu có hư hỏng phải báo ngay để sửa chữa. Xịt hóa chất để lau kiếng và dùng khăn khô lau sạch tất cả các kiếng trong phòng và cửa kiếng phòng tắm.

Vào nhà vệ sinh dùng bàn chải chà sạch bồn cầu và lỗ thoát, đặc biệt là đường viền ở miệng phía trong bồn cầu sau đó xả nước cho sạch. Dùng hóa chất xịt xung quanh bồn cầu: nắp bồn cầu, bồn ngồi, chân bồn cầu, bồn chứa nước, thay giấy cuộn vệ sinh, cần gạt nước bồn cầu lau lại cho sạch sẽ và đẩy nắp lại.

Lau sạch sàn và lau thùng đựng rác. Làm sạch bồn rửa tay, lau sạch bên trong bồn và bề mặt xung quanh, dùng hóa chất lau kiếng lớn và kiếng trang điểm nhỏ, rồi

dùng khăn lau sạch.

Bước 16: Dùng khăn ướt và khăn lau kiếng bắt đầu quy trình lau bụi từ tủ quần áo phía bên lối ra vào đến phòng ngủ theo một vòng tròn khép kín.

- Quy trình lau bụi

Lau theo trình tự từ tủ quần áo đến kệ để hành lý, tivi, tủ tivi, minibar, bàn làm việc, gương trên bàn làm việc, kiểm tra các vật dụng trong hộc bàn làm việc xem có bổ sung thêm vật dụng nào nữa hay không (giấy viết thư, bao thư, viết bi, chì, gôm, ghim giấy,...) lau bụi điện thoại, lau cửa sổ và kéo màn cửa sổ xuống phân nửa cửa, lau bàn để điện thoại gần giường, đầu giường, các tranh treo gần giường và bàn bên trái cạnh giường, lau đồng hồ báo thức, kiểm tra đèn pin và thực đơn ăn sáng trong hộc bàn phải luôn trong tình trạng tốt.

Lau cửa ra vào phòng tắm và bên trong tủ quần áo, kiểm tra các móc áo, áo choàng tắm trong tủ áo, kiểm tra hộp đựng amenities. Cân sức khỏe, kết sắt an toàn phải luôn hoạt động tốt.

Bước 17: Cung cấp lại các vật dụng còn thiếu trong phòng ngủ và trong phòng tắm.

Bước 18: Hút bụi phòng ngủ, hút dưới gầm giường, gầm bàn, dưới kệ hành lý, hút bụi cửa sổ, nhà tắm. Chỉnh nhiệt độ phòng ở nhiệt độ chuẩn 20°

Bước 19: Kiểm tra lại lần cuối cả phòng.

2.3.3 Chuẩn bị cho khách trả phòng và rời khách sạn

Khi khách trả phòng, nhân viên buồng phải kiểm tra phòng xem trong quá trình lưu trú, khách có sử dụng thức uống ở minibar trong phòng không. Để có thể cập nhật kịp thời cho bộ phận tiền sảnh in hóa đơn tính tiền cho khách.

Bên cạnh đó, khi kiểm tra phòng khách check-out, nhân viên phải xem xét tất cả những đồ dùng, tiện nghi trong phòng xem có mất mát hay hư hỏng mà nguyên nhân do khách gây ra hay không. Báo cáo với giám sát tầng để họ thông báo cho bộ phận tiền sảnh (Front office) tính tiền khi khách trả phòng.

Nhân viên khi bắt đầu một ngày làm việc, nhận được bảng phân công nhiệm vụ của mình sẽ đồng thời biết được phòng nào, khách nào sẽ check-out trong ngày. Những phòng và khách này sẽ được in đậm màu đen trên bảng phân công nhiệm vụ (worksheet) và có dấu * phía cuối. Nhân viên phải chú ý những phòng này để có thể vệ sinh phòng kịp thời khi khách check-out.

2.4 Thực trạng chất lượng phục vụ buồng ở khách sạn Signature Boutique

Đã hơn 02 năm đi vào hoạt động, khách sạn Signature Boutique đang đứng ở vị trí cùng trên mặt bằng các khách sạn 3 sao khác không có gì nổi bật hơn, một phần cũng là do chất lượng dịch vụ buồng tại khách sạn chỉ phục vụ khách ở mức chỉ làm vừa lòng khách hàng chứ chưa vượt qua sự mong đợi của khách hàng. Với những mặt còn hạn chế tại bộ phận như:

2.4.1 Trình độ của đội ngũ nhân viên

Trong hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú, người trực tiếp tiếp xúc với khách hàng là các nhân viên buồng. Cung cách, thái độ và quy trình phục vụ của họ có tác động trực tiếp đến sự thỏa mãn của khách và sự khéo léo, nhiệt tình của các nhân viên buồng có thể là yếu tố làm gia tăng sự hài lòng cho khách khi lưu trú tại khách sạn. Trong khách sạn Signature Boutique, đội ngũ lao động tương đối trẻ, nhiệt tình, thân thiện nhưng chưa có nhiều kinh nghiệm, sự sáng tạo và khả năng tư duy đổi mới trong công việc.

Quy trình cung cấp sản phẩm có chất lượng được truyền đạt cho tất cả nhân viên nhưng chưa được các nhân viên hiểu thấu đáo. Chính vì vậy, mà họ thường xuyên làm khách hàng phiền lòng trong những ngày đông khách, chỉ chạy theo số lượng mà quên đi chất lượng. Quan trọng hơn cả là nhân viên của bộ phận buồng phòng đa phần là nhân viên thời vụ, họ không có nhiều nhiệt huyết và hết lòng với công việc cho nên họ thường xuyên để vấn đề xảy ra và trông đợi vào những nhân viên chính thức đến giải quyết. Điều này khiến quá trình giải quyết phàn nàn của khách bị chậm trễ khiến cho khách hàng không còn tin vào chất lượng dịch vụ của khách sạn nữa. Cũng chính sự phân biệt giữa nhân viên chính thức và không chính thức khiến cho sự phục vụ mà khách hàng nhận được có sự chênh lệch khá lớn. Do đó khiến cho quá trình cung cấp dịch vụ của bộ phận buồng phòng nảy sinh vấn đề, khi tốt khi không tốt và không đồng bộ thống nhất với nhau.

Thêm vào đó là nhân viên làm việc tại bộ phận này không qua trường lớp đào tạo chuyên môn nghiệp vụ, thậm chí trình độ văn hóa chưa hết trung cấp, nên việc huấn luyện gặp rất nhiều khó khăn họ không tiếp thu hết những quy tắc tiêu chuẩn của khách sạn quy định mà thường làm theo sự thuận tiện của cá nhân nên việc quản lý chất lượng dịch vụ gặp không ít khó khăn. Nhìn lướt qua tình hình nhân sự tại bộ phận buồng phòng sẽ thấy rõ hơn những bất cập tại bộ phận Housekeeping.

2.4.2 Cơ sở vật chất

Cơ sở vật chất kỹ thuật là yếu tố mang tính chất quyết định đến việc phát triển hoạt động kinh doanh lưu trú trong khách sạn Signature Boutique, vì dịch vụ cơ bản nhất khách sạn cung cấp cho khách là dịch vụ lưu trú. Do đó, để thu hút được khách, khách sạn phải có một hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại. Nhưng trên thực tế khách sạn chưa thực sự chú ý đến hoạt động đầu tư cho tu bổ và nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật cho khách sạn. Nhiều trang thiết bị đã bị xuống cấp, hệ thống buồng phòng và các nhà hàng chịu ảnh hưởng bởi hao mòn hữu hình và hao mòn vô hình. Điều này làm ảnh hưởng rất nhiều đến việc hấp dẫn và thu hút khách vì hình ảnh đầu tiên mà khách nhìn thấy là hệ thống cơ sở vật chất của khách sạn – yếu tố có thể làm hữu hình hóa sự vô hình của dịch vụ. Do đó, để phát triển hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú của khách sạn Hòa Bình Hạ Long trong thời gian tới thì khách sạn cần có kế hoạch tu sửa và nâng cấp các thiết bị phục vụ các nhu cầu của khách cũng như các thiết bị dụng cụ đáp ứng nhu cầu nhân viên trong quá trình tác nghiệp tại bộ phận buồng sao cho nhanh chóng, khoa học và tiết kiệm thời gian.

2.4.3 Quy trình phục vụ

Sự không đồng bộ trong công tác phục vụ khách giữa nhân viên mới và nhân viên cũ. Nhân viên mới khi làm việc không nắm rõ quy trình cụ thể nên thường hay bỏ sót chi tiết làm ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ. Còn đối với nhân viên cũ mặc dù biết rõ quy trình nhưng muốn công việc xong sớm nên cố tình cắt bớt giai đoạn, thực hiện công việc không theo quy trình tiêu chuẩn được quy định sẵn. Quy trình được thiết lập nên là để vừa hoàn thành công việc một cách hoàn hảo vừa giúp nhân viên giữ gìn sức khỏe vì làm ở bộ phận buồng phòng rất mệt và vất vả, thế nhưng một số nhân viên vì để hoàn thành công việc theo đúng tiến độ bất chấp làm sai quy trình ảnh hưởng đến sức khỏe của bản thân và ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm.

Quy trình làm việc giúp nhân viên hoàn thành công việc hoàn hảo hơn, tác phong chuyên nghiệp hơn, nhưng nói đi thì cũng nói lại có khi quy trình là các quy tắc rườm rà, phức tạp làm mất nhiều thời gian của nhân viên. Ví dụ trong phòng khách đang ở mà khách không sử dụng bồn tắm thì nhân viên không cần phải chà rửa lại mất thời gian và gây lãng phí, nhưng theo quy trình là phải chà rửa lại, làm như thế vừa tốn công vừa tốn thời gian vừa tốn nước gây lãng phí.

2.4.4 Công tác quản lý chất lượng phục vụ phòng

Công tác quản lý chất lượng phục vụ phòng là nhiệm vụ của các giám sát viên. Các giám sát viên sẽ chịu trách nhiệm quản lý, giám sát trực tiếp những nhân viên thuộc quyền quản lý của mình đảm bảo mọi công việc hoàn thành đúng tiến độ, đảm bảo và duy trì đúng tiêu chuẩn chất lượng phục vụ đã đề ra.

Hiện tại, bộ phận Housekeeping có 2 giám sát tầng (Floor Supervisor). Họ phải thực hiện các công việc như: phân chia lịch làm việc cho nhân viên và tự phân công ca trực cho mình tùy theo công suất phòng dự báo cho từng ngày, giám sát và kiểm tra chất lượng vệ sinh phòng để bàn giao cho bộ phận tiền sảnh (Front Office) kinh doanh phòng, giám sát và xử lý những tình huống phát sinh trong quá trình thực hiện nhiệm vụ của nhân viên, của khách lưu trú tại khách sạn nếu vượt quá khả năng giải quyết của nhân viên. Kết hợp với bộ phận tiền sảnh tổ chức đón tiếp khách. Kiểm tra tình trạng phòng nếu thấy không đủ tiêu chuẩn để bán cho khách thì thông báo cho Trưởng bộ phận và những bộ phận liên quan để giải quyết. Nhận thông tin phản hồi từ nhân viên về ý kiến hay nhu cầu của từng vị khách để có thể phục vụ họ một cách chu đáo nhất. Đảm bảo đủ các vật dụng cung cấp cho khách và phương tiện làm việc cho nhân viên để họ thực hiện công việc của mình. Đảm bảo đúng các tiêu chuẩn của bộ phận và khách sạn đã đề ra. Đào tạo huấn luyện về kỹ năng nghiệp vụ chuyên môn cũng như việc thông tin lại cho nhân viên về chính sách cũng như hướng phát triển sắp tới của khách sạn.

Trình độ tổ chức quản lý của các giám sát còn ảnh hưởng lớn đến sự phát triển hoạt động kinh doanh lưu trú tại khách sạn. Tất cả các khâu từ tổ chức quản lý các nguồn lực của doanh nghiệp như nhân lực và vốn đều có vai trò quyết định trong việc phát triển hoạt động kinh doanh dịch vụ lưu trú tại khách sạn Signature Boutique. Việc bố trí và sử dụng lao động hợp lý sẽ giúp khách sạn tiết kiệm được một khoản lớn chi phí tiền lương vì chi phí tiền lương cho người lao động là loại chi phí chiếm tỷ trọng lớn trong tổng chi phí. Do đó, tổ chức sử dụng lao động hợp lý có ý nghĩa quan trọng trong việc tiết kiệm chi phí tạo tăng doanh thu, lợi nhuận cho khách sạn.

2.4.5 Kết quả khảo sát chất lượng phục vụ phòng

Tại khách sạn Signature Boutique, 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. Có nhiều phương pháp dùng để đánh giá chất lượng phục vụ phòng

như bảng câu hỏi trắc nghiệm, phương pháp phỏng vấn trực tiếp khách,

email,...Trong đợt nghiên cứu để lấy số liệu làm khóa luận này, tôi thực hiện phương pháp điều tra trắc nghiệm.

Sau thời gian phát và thu phiếu điều tra, với 120 phiếu phát ra thu về được 118 phiếu nhưng trong đó có 4 phiếu không hợp lệ (do không điền đủ thông tin). Như vậy, tổng số phiếu thu về hợp lệ là 114 phiếu, đạt 95% so với chỉ tiêu.

TT	Mức chất lượng	Tốt		Khá		Trung bình		Kém		Rất kém	
	Chỉ tiêu	SP	%	SP	%	SP	%	SP	%	SP	%
1	Phòng ở	32	28,07	37	32,46	41	35,96	4	3,51	0	0
2	Tiện nghi	27	23,68	42	36,84	41	35,96	4	3,51	0	0
3	Thái độ phục vụ	51	44,74	44	38,60	19	16,67	0	0	0	0
4	Kỹ năng phục vụ	37	32,46	45	39,47	23	20,18	9	7,89	0	0
5	Kỹ năng giao tiếp	17	14,91	25	21,93	51	44,74	31	27,19	0	0
6	Internet	25	21,93	52	45,61	15	13,56	16	14,04	6	5,26
7	Điện thoại	27	23,68	35	30,70	41	35,96	11	9,65	0	0
8	Vệ sinh	51	44,74	38	33,33	15	13,16	10	8,77	0	0
9	An toàn	35	30,70	32	28,07	28	24,56	18	15,79	0	0
10	Cảm nhận chung	40	35,09	39	34,21	27	23,68	8	7,02	0	0
Tổng hợp ý kiến		342	30	389	34,12	301	26,44	111	9,83	6	0,52

Bảng 2.3 Tỷ lệ % ý kiến đánh giá của khách hàng về chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn Signature Boutique.

(Nguồn: Khách sạn Signature Boutique)

Căn cứ vào bảng 2.2 ta thấy, các chỉ tiêu về chất lượng đạt 30% ở mức tốt, 34,12% ở mức khá, 26,44% ở mức trung bình và 9,83% ở mức kém, còn lại 0,52% ở mức rất kém. Mức độ đáp ứng sự trông đợi của khách hàng nằm trong mức từ trung bình đến tốt. Như vậy, chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Signature Boutique cung ứng cho khách đã đáp ứng được mức độ trông đợi của khách.

Xét về kết quả điều tra chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Signature Boutique thì phần lớn các chỉ tiêu đạt mức trông đợi, đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Chỉ tiêu phòng ở mức trung bình 35,96% chiếm đa số, chỉ tiêu tiện nghi đạt ở mức khá 36,84%, kỹ năng giao tiếp của nhân viên đạt mức trung bình 44,74%,

ngoài ra tỷ lệ khách hàng đánh giá kỹ năng giao tiếp ở mức kém chiếm khá cao

(27,19%) do nhân viên phục vụ tại bộ phận còn trẻ nên kỹ năng giao tiếp còn chưa được hoàn thiện, trình độ giao tiếp ngoại ngữ của nhân viên không tốt. Kỹ năng phục vụ của nhân viên được đánh giá sát với ngưỡng vượt sự mong đợi của khách hàng với mức khá và mức tốt chiếm tỷ lệ cao lần lượt là 39,47% và 32,46% điều này chứng tỏ nhân viên phục vụ có trình độ nghiệp vụ khá tốt. Thái độ phục vụ của nhân viên cũng được đánh giá vượt mức trông đợi của khách hàng với mức tốt là 44,74% và mức khá là 38,60%. Chỉ tiêu an toàn là chỉ tiêu quan trọng được khách hàng đánh giá đáp ứng được sự mong đợi với mức tốt chiếm cao nhất (30,70%), tuy nhiên mức kém vẫn chiếm 15,79% do vẫn còn có khách hàng phàn nàn về việc mất đồ. Chỉ tiêu vệ sinh đã đáp ứng vượt sự mong đợi của khách hàng với mức tốt 44,74% và mức khá 33,33%. Cảm nhận chung của khách hàng khi ở khách sạn được đánh giá là đáp ứng được sự trông đợi. Xét về kết quả điều tra chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Signature Boutique thì phần lớn các chỉ tiêu đạt mức trông đợi, đáp ứng nhu cầu của khách hàng.

Như vậy, chất lượng dịch vụ phòng mà khách sạn cung ứng cho khách được đánh giá ở mức độ chấp nhận chứ chưa tạo được ấn tượng thật sự sâu đậm trong lòng khách. Khách sạn Signature Boutique cần quan tâm hơn nữa đến chất lượng dịch vụ phòng như nâng cao chất lượng dịch vụ cung ứng cho khách bằng cách nâng cao chất lượng của đội ngũ nhân viên, nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật, tạo ra điểm nhấn, điểm riêng biệt, độc đáo trong dịch vụ mà mình cung cấp cho khách.

2.5 Đánh giá chất lượng phục vụ buồng ở khách sạn Signature Boutique

2.5.1 Điểm mạnh

Qua kết quả phân tích điều tra trắc nghiệm (phần 2.4.5), ta thấy khách sạn Signature Boutique trong thời gian qua đã có những thành công nhất định trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ phòng, đóng góp không nhỏ vào tổng doanh thu của khách sạn. Tuy quy mô kinh doanh và nguồn lực có hạn nhưng việc nâng cao chất lượng dịch vụ vẫn có những ưu điểm sau:

- Phòng ở khách sạn được thiết kế rất phù hợp với nhu cầu của nhiều khách hàng. Được đánh giá sát với ngưỡng vượt mức trông đợi của khách hàng.
- Tiện nghi trong khách sạn được đầu tư đúng mức tạo ra sự thoải mái cho khách hàng.

- Thái độ phục vụ và kỹ năng phục vụ của nhân viên được khách hàng đánh giá vượt mức trông đợi và sát với vượt mức trông đợi. Cho thấy, thái độ phục vụ và nghiệp vụ của nhân viên trong khách sạn đã làm khách hàng rất hài lòng.

- Vệ sinh ảnh hưởng trực tiếp đến sức khỏe, tinh thần làm việc của khách và của cả người lao động. Khi con người sống trong một môi trường trong lành, tinh thần thoải mái thì mọi hoạt động, công việc sẽ diễn ra suôn sẻ hơn và hiệu quả cũng cao hơn. Vì lẽ đó mà khách sạn Signature Boutique rất coi trọng vấn đề này và khách hàng cũng đánh giá rất tốt.

2.5.2 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:

2.5.2.1 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.

2.5.2.2 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 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.

Tiểu kết chương 2

Trên đây là phần khái quát chung về khách sạn Signature Boutique, qua đó cho ta thấy được thực trạng hoạt động của khách sạn ra sao, tìm hiểu về bộ phận Housekeeping của khách sạn Signature Boutique, thấy được quy trình phục vụ của bộ phận buồng phòng. Bên cạnh đó, chương 2 đã thể hiện tương đối đầy đủ những điểm mạnh cần phát huy và những mặt hạn chế cần phải khắc phục, để từ đó làm tiền đề cho chương sau đưa ra những giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ của bộ phận buồng phòng.

CHƯƠNG 3

MỘT SỐ GIẢI PHÁP NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ PHÒNG TẠI KHÁCH SẠN SIGNATURE BOUTIQUE

3.1 Mục tiêu và phương hướng kinh doanh của khách sạn

3.1.1 Mục tiêu

- Đảm bảo đúng tiêu chuẩn vệ sinh sạch sẽ khu vực phòng khách và khu vực công cộng.
- Kiểm soát chi phí đồ dùng trong nhà vệ sinh, đồ vải.
- Giám sát mối quan hệ với nhà cung cấp các dụng cụ trong phòng khách, đảm bảo đúng tiêu chuẩn và chất lượng, đúng thời gian giao hàng.
- Duy trì các sản phẩm theo đúng tiêu chuẩn của khách sạn.
- Đáp ứng quy định hiện hành về tiêu chuẩn an toàn, an ninh cho khách, an toàn lao động cho nhân viên.
- Góp phần kêu gọi khách hàng và nhân viên tiết kiệm điện nước, nâng cao ý thức bảo vệ môi trường.

3.1.2 Phương hướng

- Nâng cao hơn nữa chất lượng phục vụ của khách sạn nói chung và của bộ phận Housekeeping nói riêng. Trên cơ sở nhận biết được những điểm mạnh để phát huy hơn nữa và cải thiện những mặt còn hạn chế.
- Xây dựng lòng trung thành của khách hàng bằng những nỗ lực chân thành. Thông qua việc thấu hiểu nhu cầu của khách. Luôn duy trì mối quan hệ mật thiết giữa khách hàng và khách sạn. Cung cấp những giá trị cốt lõi vượt trên cả sự mong đợi. Lắng nghe và xử lý ngay những phản hồi, than phiền, những khiếu nại không làm vữa lòng họ. Duy trì tiêu chuẩn chất lượng đồng bộ, trước sau như một trong hệ thống khách sạn mang thương hiệu Signature Boutique của công ty.
- Xây dựng đội ngũ nhân viên phục vụ chuyên nghiệp, có kỹ năng và chuyên môn cao là chìa khóa để chuyển giao chất lượng phục vụ tốt nhất đến khách hàng. Thực hiện việc đánh giá chất lượng phục vụ cho bộ phận Housekeeping để có cơ sở cải thiện liên tục, mang đến những trải nghiệm mới trong cung cách phục vụ

khách.

Thể hiện được tiêu chí “Khách hàng là thượng đế” như một khẩu hiệu nhằm khẳng định vị trí của khách sạn Signature Boutique trong thị trường kinh doanh lưu trú.

- Xây dựng hình ảnh khách sạn tiên phong, hàng đầu trong những nỗ lực nhằm mang đến cho khách hàng chất lượng phục vụ tuyệt vời nhất.

3.2 Các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Signature Boutique trong thời gian tới

3.2.1 Về cơ sở vật chất, sản phẩm phục vụ

3.2.1.1 Cơ sở giải pháp

Do tình trạng xuống cấp về cơ sở vật chất kỹ thuật tại khách sạn Signature Boutique, đòi hỏi khách sạn cần phải nâng cấp và thay thế một số trang thiết bị trong buồng khách nhằm cung ứng một điểm khởi đầu ấn tượng về chất lượng buồng phòng.

3.2.1.2 Nội dung

Với hiện trạng cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn hiện nay thì khách sạn cần tập trung vào nâng cấp, sửa chữa, thay thế và thường xuyên bảo dưỡng những trang thiết bị trong phòng khách, cụ thể: điều hòa, mini bar, tivi, điện thoại, đồ vải, kính cách âm, ghế salon.

3.2.1.3 Tổ chức, thực hiện

Để giải pháp này có ý nghĩa thực hiện trong việc hoàn thiện quy trình nghiệp vụ buồng của khách sạn thì khách sạn cần: Đánh giá được thực trạng cơ sở vật chất kỹ thuật và các trang thiết bị trong phòng khách thông qua các nhân viên tác nghiệp. Các nhân viên tác nghiệp phải thường xuyên kiểm tra cả về số lượng lẫn chất lượng các trang thiết bị trong phòng khách rồi báo lên cán bộ quản lý. Đặc biệt, trong trường hợp có mất mát hay hỏng hóc xảy ra thì phải báo ngay đến bộ phận có liên quan để giải quyết. Đồng thời, khách sạn cũng cần lập kế hoạch bảo dưỡng **ng trang thiết bị** định kỳ để tránh những hư hỏng quá nặng xảy ra gây tốn chi phí vào việc sửa chữa.

+ Với các đồ điện, như: điều hòa, mini bar, tivi, điện thoại... thì nhân viên bộ phận phòng phải phối hợp chính xác với các nhân viên bộ phận kỹ thuật. Trong quá trình dọn phòng và kiểm tra đồ của khách sạn thì nhân viên phòng phải kiểm tra

xem các đồ điện còn hoạt động không? Nếu có trục trặc gì thì cần gọi điện ngay cho

bộ phận kỹ thuật để bên kỹ thuật cử người đến sửa hoặc thay thế ngay. Tránh tình trạng để khách sử dụng phải đồ kém chất lượng.

+ Với đồ vải: Đồ vải trong phòng khách phải được thay thường xuyên theo chu kỳ ngày. Nhân viên phòng kiểm tra đồ vải trước khi thay cho khách, nếu bị ố hoặc sờn vải bị thô thì phải loại bỏ ngay.

+ Kính cách âm: có một số phòng khách của khách sạn khả năng cách âm rất kém, khách sạn đã thực hiện việc tu sửa nhưng chỉ là ghép thêm kính, tạo nút cao su giữa các khe của kính... nhưng kết quả thu được vẫn không mấy khả quan. Nhưng cũng phải nói đến bất cập đó là: các lớp kính gắn liền với hệ thống cơ sở hạ tầng, mà hiện tại thì khách sạn chưa thể nâng cấp cơ sở hạ tầng nên chỉ có thể dừng ở việc tu sửa và bổ sung.

+ Ghế salon: một hiện trạng nhìn thấy đó là ghế salon tại khách sạn Signature Boutique đã xuống cấp quá mức: bị sờn, bung đường chỉ còn có một số ghế bị rách. Nên khách sạn cần đầu tư gấp cho việc thay thế loạt salon trong phòng khách để tránh ảnh hưởng đến quy trình nghiệp vụ cung ứng cho khách.

Sau khi đã tổng hợp xong danh sách các trang thiết bị cần phải sửa chữa hoặc thay thế cùng chu kỳ của chúng thì khách sạn tiến hành lập dự toán chi tiết cho từng khoản xem chi phí tu sửa, bảo dưỡng so với chi phí thay thế thì hướng nào kinh tế hơn? Từ đó, khách sạn lên phương án cụ thể, từ việc tính chi phí cho đến việc liên hệ với nhà cung cấp (với những trang thiết bị cần thay thế và đòi hỏi mức độ tài chính tương đối trở lên).

3.2.2 Về đội ngũ nguồn nhân lực

3.2.2.1 Cơ sở giải pháp

Trong hoạt động kinh doanh phòng của khách sạn, lao động là yếu tố cấu thành nên sản phẩm dịch vụ phòng. Chất lượng đội ngũ lao động có quyết định rất lớn đến quy trình nghiệp vụ buồng cung ứng cho khách. Do vậy, để hoàn thiện quy trình nghiệp vụ buồng thì khách sạn Signature Boutique cần quan tâm hơn nữa đến công tác quản trị nguồn nhân lực tại bộ phận buồng của khách sạn.

3.2.2.2 Nội dung

Thực hiện tốt công tác quản trị nguồn nhân lực, đặc biệt là trong các công tác tuyển dụng nhân sự có chất lượng, tăng cường đào tạo và phát triển nhân sự, sử

3.2.2.3 Tổ chức thực hiện

Để chất lượng đội ngũ lao động tại bộ phận buồng của khách sạn Signature Boutique được nâng cao thì khách sạn cần:

+ Thực hiện tốt công tác “tuyển dụng chất lượng”: Để có một đội ngũ lao động chất lượng thì đầu tiên khách sạn cần phải thực hiện tốt công tác “tuyển dụng chất lượng”. Khách sạn phải đặt ra các chỉ tiêu tương xứng với vị trí tuyển dụng, đòi hỏi đối tượng tuyển dụng phải có đầy đủ các chỉ tiêu đó. Các chỉ tiêu có thể liên quan đến độ tuổi, giới tính, bằng cấp, trình độ chuyên môn, kỹ năng mềm (vi tính, ngoại ngữ, giao tiếp...), sức khỏe, ngoại hình,... Trong quá trình tuyển dụng, khách sạn cần phải chú ý phân định thời gian thử việc hợp lý, thường xuyên tổ chức thi tay nghề, tạo sự cọ sát ban đầu trong đội ngũ nhân viên, đảm bảo tính khách quan, trung thực.

+ Trang bị những kỹ năng cần thiết cho nhân viên cũng như kiến thức về khách sạn là điều quan trọng. Những kiến thức về khách sạn chủ yếu là giờ mở cửa, thông tin về nhà hàng, bar, hay những dịch vụ và tiện nghi để bạn có thể cung cấp cho khách khi họ cần. Những kỹ năng xử lý tình huống cũng như kỹ năng chăm sóc khách hàng. Việc chăm sóc khách hàng tốt là công việc của người phục vụ và đừng bao giờ nói với khách rằng “Xin lỗi, đó không phải là nhiệm vụ của tôi”. Nhân viên phải biết tận dụng những ưu điểm của mình khi tiếp xúc với khách – đó là các đặc tính như:

- Lòng kiên nhẫn.
- Sự lịch thiệp.
- Tính vui vẻ.
- Lòng nhiệt tình – hiếu khách.
- Khả năng giao tiếp lưu loát.
- Tư duy nhanh chóng.
- Nhạy cảm.

+ Sử dụng chính sách đãi ngộ nhân sự hiệu quả: Để sử dụng chính sách nhân sự hiệu quả thì bên cạnh chính sách đãi ngộ về vật chất, khách sạn cần quan tâm hơn nữa đến chính sách đãi ngộ phi vật chất. khách sạn Signature Boutique cần tạo



sạn cần phải thường xuyên quan tâm đến người lao động của mình, coi họ như người trong một gia đình, luôn đối xử tôn trọng và công bằng, bình đẳng giữa những người lao động với nhau. Đây chính là yếu tố tạo nên động lực tinh thần cho người lao động - tạo nên những ấn tượng sâu sắc và khơi dậy sự gắn bó, nhiệt thành của người lao động đối với khách sạn.

3.2.3 Về công tác quản lý, đào tạo huấn luyện nhân viên

3.2.3.1 Cơ sở giải pháp

Do sự thay đổi không ngừng về nhu cầu của khách hàng và các tiến bộ khoa học kỹ thuật nên đội ngũ nhân viên phải luôn cần được nâng cao trình độ và tri thức.

3.2.3.2 Nội dung

Công tác quản lý chất lượng phục vụ đòi hỏi các quản trị viên phải nỗ lực nhằm duy trì chất lượng phục vụ đúng với đẳng cấp và tiêu chuẩn của từng khách sạn. Đào tạo huấn luyện nhân viên phải nhằm mục tiêu hướng tới khách hàng. Trong đó, bao gồm việc hiểu biết được nhu cầu của khách hàng trong phân khúc thị trường mục tiêu.

3.2.3.3 Tổ chức thực hiện

Tổ chức những khóa học ngắn hạn theo trình độ tay nghề cho nhân viên. Những khóa học này giúp cho nhân viên nâng cao tay nghề của mình đồng thời phát triển các kỹ năng mềm, tăng khả năng tiếp cận thông tin mới cũng như công nghệ mới. Đồng thời, khách sạn cũng phải thường xuyên đào tạo tại chỗ - bằng cách “kèm cặp và hướng dẫn”. Nhân viên đã được đào tạo qua các khóa chất lượng sẽ về “kèm cặp và hướng dẫn” các nhân viên khác khi chưa có điều kiện đi đào tạo. Biện pháp này giúp cho khách sạn giảm bớt được một phần chi phí đào tạo mà vẫn thu được kết quả đào tạo chung cao.

Các giám sát viên phải luôn trau dồi kỹ năng lãnh đạo và quản lý, luôn học hỏi và nâng cao kiến thức và kinh nghiệm về lĩnh vực lưu trú. Các nguyên tắc quản trị và tạo động lực làm việc cho nhân viên. Kỹ năng lãnh đạo sẽ rất cần thiết để có thể lãnh đạo cả một tập thể, hướng nhân viên của mình thực hiện công việc theo đúng quy trình và đảm bảo đúng tiêu chuẩn của khách sạn. Việc nâng cao kiến thức và kinh nghiệm của mình để huấn luyện lại cho nhân viên cũng là yếu tố

quan trọng. Giám sát viên sẽ giữ vai trò là người hướng dẫn, người giám sát,

phải làm cho nhân viên hiểu rõ được tầm quan trọng của mình. Sự đóng góp của họ chính là yếu tố mang đến sự thành công trong kinh doanh của khách sạn.

3.2.4 Về kỹ năng xử lý than phiền cho nhân viên và nhà quản trị

3.2.4.1 Cơ sở giải pháp

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 gây ảnh hưởng đến cảm nhận của họ. Việc làm của chúng ta, làm trong ngành phục vụ khách là làm sao giảm thiểu đến mức thấp nhất những sai sót có thể khiến khách hàng than phiền. Những than phiền chủ yếu về bộ phận Housekeeping 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.

3.2.4.2 Nội dung

Xử lý tốt lời phàn nàn của khách là việc làm gần như bắt buộc và cực kỳ 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 đó được giải quyết ra sao và giải quyết như thế nào mới chính là điều quan trọng.

3.2.4.3 Tổ chức, thực hiện

Một số bước 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 ngoài khả năng quyền hạn của mình.
- + Trình bày cho người có trách nhiệm giải quyết.
- + Tập trung lắng nghe trọn vẹn 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 cho khách sạn những sai sót này.

3.2.5 Về công tác quản lý chất lượng phục vụ

3.2.5.1 Cơ sở giải pháp

Chất lượng phục vụ là yếu tố quyết định đến sự thành công trong kinh doanh lưu trú. Nhưng để đảm bảo khách hàng có thể nhận được chất lượng phục vụ tuyệt vời, đúng tiêu chuẩn, đúng với lời hứa và cam kết của khách sạn thì đòi hỏi phải có công tác quản lý chất lượng toàn diện.

3.2.5.2 Nội dung

Hoàn thiện công tác quản lý chất lượng dịch vụ phòng, đảm bảo công việc trong quá trình cung ứng dịch vụ phòng tốt hơn và nhân viên sẽ đạt hiệu suất lao động cao hơn, từ đó nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn.

3.2.5.3 Tổ chức, thực hiện

Để làm tốt công việc này khách sạn nên tiến hành tốt một số công việc như sau:

+ Khách sạn dần tiến tới lựa chọn áp dụng các tiêu chuẩn ISO, hay các Tiêu chuẩn về quản lý chất lượng dịch vụ trong các khách sạn quốc tế là quản lý chất lượng toàn diện (**TQM** - Total Quality Management)...Khi khách sạn đã đạt được tiêu chuẩn, thì mọi nghiệp vụ như nghiệp vụ phục vụ phòng đều được tiêu chuẩn hoá, có thể kiểm tra, kiểm định dễ dàng. Quan trọng hơn, khi đã có tiêu chuẩn tiêu chí rõ ràng sẽ giúp ích rất nhiều trong công tác quản lý, cũng như cho nhân viên.

Khi đạt tới những tiêu chuẩn được công nhận bởi các tổ chức, cơ quan có uy tín, nghĩa là vị thế của khách sạn được nâng cao, chất lượng dịch vụ phòng của khách sạn được đảm bảo.

+ Nói riêng về bộ phận phòng, hàng ngày tổ trưởng sẽ phải đi kiểm tra tổng thể và toàn diện về chất lượng dịch vụ phòng trong ngày hôm đó vào trước mỗi ca để nhận định tình trạng phòng của ca trước xem có sai sót ở đâu, ở đâu cần điều chỉnh và giao việc lại cho ca sau. Hàng tháng trưởng bộ phận cần trình báo cáo về thực trạng chất lượng dịch vụ phòng của tháng đó cho giám đốc và qua đó ban giám đốc sẽ bao quát được hiệu quả của công tác quản lý chất lượng của bộ phận phòng và nếu cần thiết sẽ đưa ra các quyết định điều chỉnh. Cứ 6 tháng một lần trưởng bộ phận phòng cần gửi phiếu điều tra ý kiến khách hàng về chất lượng dịch vụ phòng. Kết quả điều tra phải được phân tích và so sánh với các kỳ trước để có

khen thưởng những nhân viên làm việc tốt, có trách nhiệm trong công việc, có ý thức về công tác quản lý chất lượng dịch vụ phòng và phê bình những nhân viên không làm tốt những điều trên.

3.2.6 Về xây dựng tiêu chuẩn chất lượng phục vụ cho bộ phận Housekeeping

3.2.6.1 Cơ sở giải pháp

Trong mỗi cơ sở kinh doanh lưu trú khách sạn thì chất lượng phục vụ luôn đặt lên hàng đầu. Để luôn phục vụ khách hàng ở mức tốt nhất thì khách sạn phải đặt ra cho mình những tiêu chuẩn về chất lượng phục vụ để đem đến cho khách hàng sự hài lòng nhất định.

3.2.6.2 Nội dung

Kiểm soát tiêu chuẩn phục vụ tại bộ phận Housekeeping bao gồm các công việc:

+ Xây dựng tiêu chuẩn phục vụ khách dựa vào đặc điểm thị trường khách, quy mô và cấp hạng khách sạn, công nghệ phục vụ và chức năng nhiệm vụ của bộ phận Housekeeping, trình cấp có thẩm quyền phê duyệt.

+ Triển khai áp dụng tiêu chuẩn, đánh giá việc thực hiện tiêu chuẩn.

+ Không ngừng hoàn thiện tiêu chuẩn thực hiện công việc.

3.2.6.3 Tổ chức, thực hiện

a/ Xây dựng hệ thống tiêu chí đánh giá chất lượng dịch vụ

+ Mô tả hệ thống tiêu chí chất lượng dịch vụ tại bộ phận Housekeeping được quy định cho:

- Tổ vệ sinh buồng và đặt minibar.

- Tổ vệ sinh tầng và khu vực công

cộng • Tổ giặt là

- Tổ chuyên trách về hoa

-
- + Liệt kê và xác định các tiêu chí cụ thể về chất lượng dịch vụ tại bộ phận phòng. b/ Tổ chức triển khai việc áp dụng hệ thống tiêu chí chất lượng dịch vụ
 - + Thông báo hệ thống tiêu chí chất lượng dịch vụ tại bộ phận Housekeeping

+ Lên kế hoạch triển khai hệ thống tiêu chí chất lượng dịch vụ tại bộ phận Housekeeping

c/ Giám sát, kiểm tra, đánh giá chất lượng phục vụ

+ Thực hiện giám sát, kiểm tra hàng ngày công việc của nhân viên.

+ Đánh giá chất lượng công việc của nhân viên và giám sát quy trình triển khai áp dụng hệ thống tiêu chí chất lượng dịch vụ tại bộ phận Housekeeping.

3.3 Các kiến nghị

3.3.1 Kiến nghị với nhà nước và tổng cục du lịch

- Khoa học kỹ thuật, công nghệ ảnh hưởng lớn tới chất lượng dịch vụ phòng của mỗi khách sạn. Thực tế cho thấy, việc thay thế và ứng dụng khoa học kỹ thuật là vấn đề không đơn giản đối với các khách sạn trong đó bao gồm cả khách sạn Signature Boutique do vấn đề tài chính còn hạn chế. Một kiến nghị với nhà nước nên có chính sách tín dụng đầu tư cho phép các khách sạn được vay vốn với thuế suất ưu đãi để đầu tư hoàn thiện cơ sở vật chất, ứng dụng những công nghệ hiện đại nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ cung ứng cho khách hàng.

- Tích cực đào tạo và phát triển nguồn nhân lực là một yêu cầu cấp bách, đòi hỏi thực hiện với quy mô rộng, bởi chất lượng đào tạo đội ngũ nhân viên trong ngành khách sạn không cao dẫn đến trình độ của nhân viên phục vụ kém, điều đó làm giảm chất lượng phục vụ tới khách hàng. Để khắc phục tình trạng này, Nhà nước cần quan tâm và đầu tư nhiều hơn nữa cho các trường có đào tạo về ngành khách sạn - du lịch. Các trường đào tạo về ngành khách sạn - du lịch nên chú ý đào tạo chiều sâu.

- Bên cạnh đó, cần có sự tuyên truyền sâu rộng nhằm thay đổi từng bước những định kiến của xã hội về nhân viên phục vụ. Hiện nay những lao động trong ngành khách sạn hầu như không được coi trọng, đặc biệt là những nhân viên phục vụ. Vì vậy cần có sự quan tâm của Nhà nước, các doanh nghiệp kinh doanh khách sạn và các phương tiện thông tin đại chúng đến đội ngũ lao động trong khách sạn.

- Xây dựng một hệ thống tiêu chuẩn chất lượng dịch vụ nói chung và dịch vụ phòng nói riêng cho từng loại khách sạn... Khi tiêu chuẩn chất lượng được đưa vào áp dụng sẽ tránh được tình trạng mỗi khách sạn một tiêu chuẩn riêng, và có sự

chênh lệch không khớp nhau. Có được tiêu chuẩn chất lượng thì các cơ quan ban

ngành có thể dễ dàng hơn trong khi kiểm tra, kiểm soát hoạt động của khách sạn, đồng thời các khách sạn cũng có mục tiêu, tiêu chuẩn rõ ràng để tự phấn đấu, chăm điểm nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng trong khách sạn.

3.3.2 Kiến nghị với các ban ngành thành phố Hồ Chí Minh

- Ưu tiên những dự án đầu tư xây dựng, bổ sung đối với những khách sạn có vị trí kinh doanh thuận lợi như khách sạn Signature Boutique để khách sạn có thể đầu tư sửa chữa, nâng cấp cơ sở vật chất giúp ích rất nhiều cho việc nâng cao chất lượng dịch vụ phòng trong khách sạn.

- Sở văn hóa – thể thao và du lịch cần chỉ đạo công tác đào tạo, bồi dưỡng về kiến thức quản lý và chuyên môn nghiệp vụ của cán bộ công chức viên chức và người lao động trên địa bàn thành phố; tổ chức các khóa đào tạo, bồi dưỡng nâng cao chất lượng đội ngũ cán bộ công chức, viên chức nhà nước thuộc quyền quản lý của Sở và phát triển nguồn nhân lực địa phương theo kế hoạch của Ủy ban nhân dân thành phố và tổng cục du lịch.

- Hiện nay, nhân viên phục vụ trong ngành dịch vụ hầu như không được coi trọng, đặc biệt là nhân viên phục vụ phòng. Vì thế tâm lý người lao động không ổn định, thiếu gắn bó với công việc. Để kích thích sự nhiệt tình trong công việc, làm tăng sức hấp dẫn của công việc, các ban ngành thành phố nên tổ chức các cuộc thi tay nghề cao về ngành dịch vụ, xây dựng những giải thưởng hay chế độ khen thưởng giữa các khách sạn. Thường xuyên tổ chức các cuộc hội thảo về chất lượng phục vụ các cuộc giao lưu học hỏi giữa nhân viên phục vụ các khách sạn khác nhau.

Tiểu kết chương 3

Ở phần chương cuối cùng này, tôi nêu lên những mục tiêu và phương hướng hoạt động kinh doanh của khách sạn Signature Boutique cùng với những điểm mạnh và điểm yếu mà tôi đã phân tích ở chương 2 để qua đó tôi đưa ra một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ phòng tại khách sạn Signature Boutique. Song song đó tôi cũng có một vài kiến nghị gửi đến các cơ quan chức năng, các ban ngành trong lĩnh vực du lịch nhằm tạo điều kiện hơn nữa cho các công ty kinh doanh khách sạn phát triển tốt hơn, góp phần tăng thu nhập đời sống người dân, phát triển đất nước.

KẾT LUẬN

Cùng với sự phát triển ngày càng đi lên của nền kinh tế, ngành du lịch cũng không ngừng phát triển. Nhằm đáp ứng cho cuộc sống ngày càng sung túc hơn của con người thì hàng loạt các loại hình kinh doanh khách sạn mọc lên. Trong môi trường cạnh tranh gay gắt này thì buộc khách sạn Signature Boutique muốn tồn tại thì phải thật sự là nơi cung cấp chất lượng dịch vụ đáng tin cậy cho khách hàng. Với mục tiêu đặt ra là mang lại sự hài lòng cao nhất cho khách hàng và nâng cao hiệu quả hoạt động kinh doanh thì khách sạn phải nâng cao chất lượng của các dịch vụ trong khách sạn nhất là dịch vụ buồng vì nó là con gà đẻ trứng vàng tạo ra doanh thu nhiều nhất cho khách sạn.

Việc nâng cao chất lượng dịch vụ trong khách sạn không chỉ góp phần nâng cao doanh thu mà còn giúp khách sạn tạo được một thế đứng vững mạnh trên thương trường cạnh tranh gay gắt, nhất là khi nước ta gia nhập WTO như hiện nay và có nhiều tập đoàn nước ngoài đầu tư vào ngành công nghiệp không khói này ở nước ta.

Để đảm bảo tính công bằng thì ngoài sự nỗ lực của doanh nghiệp thì cũng cần có sự hỗ trợ của nhà nước cụ thể hơn về sự quan tâm của nhà nước là giảm bớt các thủ tục hành chính. Tạo điều kiện cho các doanh nghiệp liên doanh đến Việt Nam làm ăn thu hút một lượng khách quốc tế đến đây và là cơ hội cho các khách sạn có thêm nhiều khách hàng. Với sự quan tâm này của nhà nước, hy vọng trong thời gian tới ngành du lịch của nước ta sẽ gặt hái được những thành quả mới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

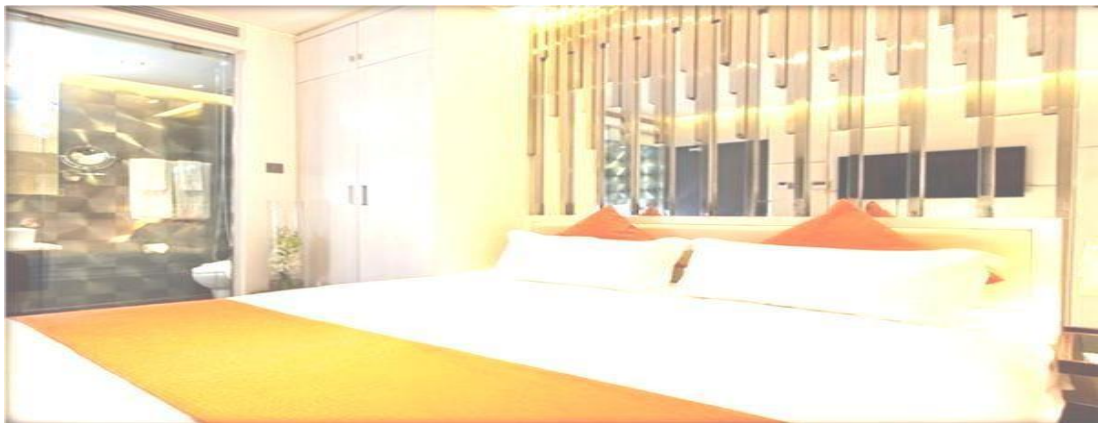
1. Lục Bội Minh (1998). *Quản trị khách sạn hiện đại*. Nhà xuất bản Chính trị Quốc gia Viện nghiên cứu phát triển du lịch, Hà Nội.
2. Phạm Xuân Hậu (2001). *Quản trị chất lượng dịch vụ Khách sạn – Du lịch*, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia, Hà Nội.
3. PGS.TS Nguyễn Văn Đỉnh, ThS Hoàng Thị Lan Hương (2003). *Giáo trình Công nghệ phục vụ trong khách sạn – nhà hàng*. Nhà xuất bản Lao động – Xã hội, Hà Nội.
4. Vũ Thị Bích Phượng, Phan Mai Thu Thảo (2005). *Giáo trình Nghiệp vụ phục vụ buồng*. Nhà xuất bản Hà Nội, Hà Nội.
5. Khách sạn Signature Boutique (2014). *Báo cáo kết quả kinh doanh năm 2012 và năm 2013*. Signature, Tp.Hồ Chí Minh.
6. www.signaturehotel.vn.

PHỤ LỤC 1

CÁC LOẠI PHÒNG TẠI KHÁCH SẠN SIGNATURE BOUTIQUE



Hình 2.1 Hi-tech Studio



Hình 2.2 Owner Studio



Hình 2.3 Art Studio



Hình 2.4 Signature Cafe



Hình 2.5 Hầm rượu Signature

PHỤ LỤC 2

PHIẾU THAM KHẢO Ý KIẾN KHÁCH HÀNG

Quý khách kính mến!

Chào mừng quý khách đến với khách sạn Signature Boutique.

Chúng tôi hy vọng rằng với những dịch vụ phòng tiêu chuẩn của khách sạn sẽ đáp ứng trông đợi của quý khách.

Để không ngừng cải tiến chất lượng dịch vụ phòng nhằm đáp ứng hơn nữa nhu cầu ngày càng tăng của quý khách, xin quý khách vui lòng dành cho chúng tôi ít phút để đánh dấu (X) vào bảng câu hỏi này.

Những ý kiến đóng góp của quý khách chắc chắn sẽ giúp đỡ rất nhiều cho chúng tôi trong việc cải tiến chất lượng dịch vụ phòng.

BẢNG CÂU HỎI

TT	Mức chất lượng	Tốt	Khá	Trung bình	Kém	Rất kém
1	Phòng ở					
2	Tiện nghi					
3	Thái độ phục vụ					
4	Kỹ năng phục vụ					
5	Kỹ năng giao tiếp					
6	Internet					
7	Điện thoại					
8	Vệ sinh					
9	An toàn					
10	Cảm nhận chung					
Tổng hợp ý kiến						

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Những vấn đề khách sạn cần cải tiến?

.....

Xin quý khách vui lòng cho biết:

Họ và tên:

Địa chỉ :

Thời gian lưu trú tại khách sạn:

XIN CHÂN THÀNH CẢM ƠN QUÝ KHÁCH !

Ngày tháng năm 2014

Khách hàng ký tên