CHƯƠNG VI

CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ TRONG KHÁCH SẠN

I. KHÁI NIỆM

1. Chất lượng

- Cách tiếp cận chất lượng theo sự tuyệt hảo

- Tiếp cận chất lượng dựa trên sản phẩm

- Tiếp cận chất lượng trên gốc độ sản xuất

- Tiếp cận gốc độ người sử dụng

- Tiếp cận chất lượng theo quan điểm giá trị

Theo quan điểm cổ điểm, người ta coi: chất lượng là mức độ phù hợp với các quy định định sẵn vế một đặc tính của sản phẩm

Theo quan điểm hiện đại thì: "Chất lượng là sự phù hợp với mục đích sử dụng và là mức độ làm thỏa mãn khách hàng"

Tiêu chuẩn ISO 8420 (TCVN 5814 – 94) đã định nghĩa: "Chất lượng là toàn bộ những đặc trưng của một sản phẩm hoặc của một dịch vụ có khả năng làm thỏa mãn những yêu cầu đã đặt ra hoặc tiềm ẩn".

2. Chất lượng dịch vụ trong kinh doanh khách sạn.

Dịch vụ thường được coi là kết quả của các mối quan hệ giữa nhân viên khách hàng và cơ sở vật chất của một tổ chức theo quan điểm hệ thống

Chất lượng dịch vụ là một khái niệm khá trừu tượng và khó định nghĩa. Nó là một phạm trù mang tính tương đối và chủ quan. Do những đặc điểm và bản thân dịch vụ mà người ta có thể đưa ra khái niệm chất lượng dịch vụ theo những cách khác nhau:

- Khái niệm chất lượng dịch vụ được cảm nhận là kết quả của một quá trình đánh giá dựa trên các tính chất bề ngoài của của sản phẩm dịch vụ. Vì người tiêu dùng không kiểm tra được chất lượng sản phẩm trước khi mua và họ cũng có ít khi có đầy đủ thông tin về các đặc tính căn bản của sản phẩm dịch vụ, cho nên họ có khuynh hướng sử dụng các cảm giác cảm nhận được trong khi tiêu dùng dịch vụ để đánh giá chất lượng như hình thức bên ngoài và thái độ của nhân viên phục vụ trực tiếp, vẻ bề ngoài của CSVCKT của doanh nghiệp cung cấp dịch vụ v.v…

- Khái niệm chất lượng dịch vụ "tìm thấy" là những tính năng quan trọng của dịch vụ có thể cho phép khách hàng "tìm thấy", hay sờ hoặc thấy, như nhiệt độ nước và nhiệt độ không khí luôn giữ ở mức thích hợp của một bể bơi để giúp khách

www.ebook.edu.vn

hàng không cảm thấy lạnh về mùa đông. Việc đảm bảo nước trong bể bơi được làm sạch và thay thường xuyên để không thấy đục và có mùi khó chịu.v.v..

- Khái niệm chất lượng dịch vụ "trải nghiệm" là chất lượng mà khách hàng chỉ có thể đánh giá được sau khi đã sử dụng dịch vụ, hoặc đã tiếp xúc với những nhân viên phục vụ trực tiếp, tức là sau khi đã có sự trãi nghiệm nhất định về việc cung cấp dịch vụ của một doanh nghiệp

- Khái niệm chất lượng dịch vụ "tin tưởng" đó là chất lượng của sản phẩm mà khách hàng phải dựa trên khả năng, uy tín, tiếng tăm của nhà cung cấp sản phẩm để đánh giá. Các doanh nghiệp cung cấp dịch vụ càng có uy tín, danh tiếng tốt trên thị trường thì người tiêu dùng sẽ có xu hướng tin tưởng vào chất lượng dịch vụ của họ hơn.

Tóm lại, chất lượng dịch vụ là kết quả của một quá trình đánh giá tích lũy của khách hàng dựa trên sự so sánh giữa chất lượng mong đợi (hay dự đoán) và mức độ chất lượng khách hàng đã nhận được.

Hay có thể nói một cách khác: Chất lượng dịch vụ luôn được so sánh với mức độ thỏa mãn nhu cầu của khách hàng sau khi đã tiêu dùng dịch vụ

Vậy chất lượng dịch vụ khách sạn, theo cách tiếp cận từ gốc độ người tiêu dùng, chính là mức độ thỏa mãn của khách hàng của khách sạn.

Chất lượng dịch vụ khách sạn = sự thỏa mãn của khách

II. ĐẶC ĐIỂM CỦA CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ KHÁCH SẠN

1. Chất lượng dịch vụ của khách sạn khó đo lường và đánh giá

Đặc điểm này xuất phát từ chính bản chất và đặc điểm của sản phẩm khách sạn. Sản phẩm khách sạn bao gồm 4 thành phần cơ bản: phương tiện thực hiện, hàng hóa bán kèm, dịch vụ hiện và ẩn. Vì thế khi đánh giá chất lượng sản phẩm khách sạn người ta phải đánh giá chất lượng của cả bốn thành tố trên.

Trên thực tế, đánh giá chất lượng của hai thành phần đầu tiên là phương tiện thực hiện dịch vụ hàng hóa bán kèm có thể thực hiện dễ dàng hơn bởi đó là những vật cụ thể hiện hữu. Người ta hoàn toàn có thể sờ mó, nhìn thấy, đo đếm được bằng các số đo có tính quy ước cao. Vì bản thân chúng đều có tính chất hóa, lý cụ thể như độ dài, chiều rộng, kích cỡ, nặng nhẹ, màu sắc mùi vị v.v..Song với hai thành phần sau là dịch vụ hiện và dịch vụ ẩn mà ta không nhìn thấy, không sờ được và không có những thước đo cụ thể vì thế rất khó lượng hóa khi đánh giá.

Những yếu tố này luôn có thể thay đổi theo thời gian, vì vậy cùng một lúc cung cấp dịch vụ của doanh nghiệp khác nhau sẽ được khách hàng cảm nhận rất khác nhau. Vào các thời điểm khác nhau, cùng một người khách cũng có những cảm nhận đánh giá về chất lượng dịch vụ khách sạn không nhau

www.ebook.edu.vn

2. Chất lượng dịch vụ khách sạn chỉ được đánh giá chính xác qua sự cảm nhận của người tiêu dùng trực tiếp sản phẩm của khách sạn

- Chất lượng dịch vụ khách sạn phụ thuộc vào sự cảm nhận của người tiêu dùng trực tiếp sản phẩm.

- Do đặc điểm của sản phẩm dịch vụ khách sạn: quá trình tạo ra và quá trình tiêu dùng của các dịch vụ khách sạn diễn ra gần như đồng thời về thời gian và không gian đã khẳng định: khách hàng đóng vai trò quan trọng đối với sản phẩm dịch vụ khách sạn.

Khách hàng chính là một thành viên không thể thiếu và tham gia trực tiếp vào quá trình này. Họ là "nhân vật chính" trong hoạt động thực hiện dịch vụ khách sạn với tư cách là người tiêu dùng dịch vụ khách sạn. Vì vậy họ vừa 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.

Nếu sự cảm nhận của khách về việc cung cấp dịch vụ của doanh nghiệp khách sạn càng tốt thì tức là khách càng cảm thấy mức độ thỏa mãn càng cao. Như vậy với những người không trực tiếp tiêu dùng sản phẩm của khách sẽ không cảm nhận được một cách chính xác chất lượng của sản phẩm khách sạn.

Từ dặc điểm này, các nhà quản lý khách sạn muốn đánh giá chính xác chất lượng dịch vụ của khách sạn phải luôn đứng trên cái nhìn cảu khách hàng, của người tiêu dùng trực tiếp sản phẩm. Phải cố gắng hiểu một cách chính xác những yêu cầu, mong muốn và đòi hỏi của khách chứ không phải dựa trên sự nhận định hay sự cảm nhận chủ quan của riêng mình để xem xét. Đây cũng chính là sai lầm tương đối phổ biến của nhiều nhà quản lý khách sạn ở khách sạn.

3. Chất lượng dịch vụ khách sạn phụ thuộc vào quá trình cung cấp dịch vụ của doanh nghiệp khách sạn.

Một quá trình cung cấp dịch vụ khách sạn bao giờ cũng được thực hiện dựa trên hai nhân tố cơ bản, đó là: CSVCKT của khách sạn đó là những nhân viên tham gia vào quá trình cung cấp dịch vụ. Vì lẽ đó, khi đánh giá chất lượng của dịch vụ 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 để đánh giá chất lượng dịch vụ.

Chất lượng kỹ thuật bao gồm chất lượng của các thành phần của CSVCKT của doanh nghiệp khách sạn hợp thành như: mức độ tiện nghi, hiện đại của các 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 và mức độ bảo đảm an toàn trong thiết kế và lắp đặt các trang thiết bị máy móc trong khách sạn.

Chất lượng chức năng bao gồm những yếu tố liên quan tới con người, đặc biệt là những nhân viên phục vụ trực tiếp tại khách sạn. Đó là thái độ, cách ứng xử khả năng giao tiếp, hình thức bên ngoài của nhân viên, trình độ tay nghề, trình độ

www.ebook.edu.vn

học vấn, tình trạng tâm lý, trình trạng sức khỏe, độ tuổi, giới tính …của nhân viên phục vụ.

Cả hai thành phần chất lượng kỹ thuật và chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng đều tác động tới hình ảnh của một khách sạn và quyết định đến chất lượng dịch vụ được cảm nhận của khách sạn. Vấn đề đặt ra cho các nhà quản lý khách sạn là phải luôn quan tâm và tìm cách cải thiện cả hai: chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng của khách sạn một cách thường xuyên dựa trên những sự thay đổi trong nhu cầu sở thích và đòi hỏi của thị trường khách hàng mục tiêu của khách sạn.

4. Tính nhất quán cao

- Đó là sự thống nhất cao và 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. Tính nhất quán vì thế cũng đòi hỏi các chủ trương chính sách kinh doanh của khách sạn phải đồng bộ nhau.

- Đó là sự đồng bộ, toàn diện, trước sau như một và đúng như lời hứa mà khách sạn đã công bố với khách hàng. Chất lượng dịch vụ khách sạn đòi hỏi phải tốt ở mọi lúc mọi mơi, cho mọi khách hàng, đòi hỏi đối với nhân viên ở tất cả các bộ phận trong khách sạn.

Điều đó có nghĩa là không thể cho phép tồn tại thứ chất lượng dịch vụ chỉ chú trọng áp dụng cho một vài khu vực "chủ chốt" quan trọng nào đó mà nhà quản lý khách sạn cho rằng khách hàng dễ dàng nhìn thấy nhất để "che mắt thiên hạ" có tính chất đối phó. Chất lượng dịch vụ khách sạn không thể chỉ nằm trong lời hứa hẹn suông rất hay mà khách sạn đã công bố để "cạnh tranh" một cách không lành mạnh với các đối thủ trên các phương tiện quảng cáo v.v…

Tuy nhiên, tính nhất quán của chất lượng dịch vụ khách sạn không được đánh đồng với tính cố định bất biến của khái niệm này. Chất lượng dịch vụ khách sạn không phải chỉ được diễn ra trong một thời điểm nhất định nào đó. Chất lượng dịch vụ khách sạn cũng không thể được xây dựng một lần rồi cứ thế áp dụng mãi mãi mà không thay đổi. Chất lượng dịch vụ khách sạn đòi hỏi phải được hoàn thiện không ngừng và phải được điều chỉnh nếu thấy cần thiết cho phù hợp với yêu cầu thực tế thay đổi của thị trường.

III. Ý NGHĨA CỦA VIỆC NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ CỦA CÁC KHÁCH SẠN Ở VIỆT NAM

1. Gia tăng lợi nhuận cho khách sạn

Chất lượng dịch vụ cao giúp khách sạn giữ chân các khách hàng cũ, tạo ra nhiều khách hàng chung thủy và cod thể thu hút nhiều khách hàng mới:

www.ebook.edu.vn

- Giảm thiểu được chi phí quảng cáo, chi phí marketing, tức là giảm giá thành của khách sạn sẽ làm tăng doanh thu của khách sạn.

- Tăng thị phần và duy trì tốc độ tăng trưởng cao về chỉ tiêu khách của khách sạn sẽ làm tăng doanh thu của khách sạn.

- Tăng khách hàng chung thủy cho khách sạn chính là biện pháp nhằm làm khuyếch trương uy tín cho thương hiệu của khách sạn – điều mà mọi nhà quản lý kinh doanh mong muốn đạt được

2. Tăng khả năng cạnh tranh và tăng giá bán một cách hợp lý trên thị trường

Thị trường khách du lịch là thị trường khách chính, quan trọng nhất của các doanh nghiệp khách sạn. đây cũng là thị trường kháchkhó tính nhất, có khả năng thanh toán cao và cũng luôn có đòi hỏi cao về chất lượng sản phẩm mà họ mua.

Mặt khác nhu cầu du lịch là nhu cầu của con người muốn được rời khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình và môi trường sống đầy bận rộn, căng thẳng, nhàm chán hàng ngày để đến một nơi nào đó thú vị hơn. Họ mong muốn được thực hiện sự nghỉ ngơi, thư giãn một cách thoải mái ….Vì đặc điểm có tính cao cấp này của nhu cầu du lịch mà khách du lịch sẽ dễ bị thuyết phục và chấp nhận bỏ ra nhiều tiền hơn nếu biết chắc chắn rằng họ sẽ mua được những sản phẩm có chất lượng cao hơn

3. Nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn giúp giảm thiểu các chi phí kinh doanh cho doanh nghiệp

- Chất lượng dịch vụ đươ đảm bảo sẽ giảm khả năng măc lỗi trong quá trình cung cấp dịch vụ:

* Tối đa hóa các hao phí về thời gian về thời gian và chi phí cho hoạt động kiểm tra, giám sát quá trình cung cấp dịch vụ

* Giảm các chi phí cho việc sửa chữa các sai sót như: chi phí đền bù thiệt hại cho khách; chi phí đối phó các dư luận không tốt về khách sạn; các chi phí xử lý phàn nàn của khách hàng v.v…

- Chất lượng dịch vụ cao sẽ làm giảm các chi phí bất hợp lý về nhân lực vì:

* Những khách sạn duy trì và đảm bảo chất lượng dịch vụ tốt sẽ cung cấp cho người lao động môi trường làm việc tích cực. Nhân viên có khuynh hướng gắn bó lâu dài và trung thành hơn với doanh nghiệp. Do đó hệ số luân chuyển lao động của khách sạn sẽ giảm, chi phí cho việc tuyển mộ, lựa chọn lại nhân viên do sự xáo trộn thường xuyên giảm.

* Nhân viên thường cảm thấy tự hào khi được làm việc ở những doanh nghiệp có uy tín và danh tiếng trên thị trường, họ nhận thấy những lợi ích của khách sạn gắn chặt với lợi ích của bản thân mỗi người lao động. Để khẳng định và giữ chỗ làm việc của mình người nhân viên thường tự giác, thường xuyên tự nâng cao trình độ nghiệp vụ, tự hoàn thiện những mặt còn thiếu để đáp ứng được yêu cầu thực tế.

www.ebook.edu.vn

như vậy chất lượng dịch vụ cao của các khách sạn đã giúp giảm thiểu các chi phí đào tạo, bồi dưỡng nhân viên cho khách sạn.

Tóm lại là không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ đem lại rất nhiều lợi ích cho các khách sạn kinh doanh trong điều kiện hiện nay.

www.ebook.edu.vn