

LỜI MỞ ĐẦU

Ngày nay, cùng với sự phát triển của nền kinh tế và sự tiến bộ xã hội, khi mức sống trong xã hội ngày một nâng cao thì nhu cầu du lịch đã trở thành một nhu cầu thiết yếu trong cuộc sống của mỗi con người. đi du lịch không còn bị coi là một kiểu tiêu dùng xa xỉ nữa mà nó đã trở thành một hiện tượng đại chúng, một trào lưu trong xã hội. nắm bắt được xu thế đó của toàn xã hội, với sự thay đổi và điều chỉnh thích hợp, ngành du lịch Việt Nam trong những năm gần đây đã có những bước tiến quan trọng và đang mở ra những triển vọng to lớn. khách du lịch nội địa cũng như khách du lịch quốc tế vào Việt Nam ngày một tăng cao điều đó kéo theo sự phát triển không ngừng của hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật của ngành du lịch nói chung và kinh doanh khách sạn nói riêng nhằm đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi của khách du lịch.

Song sự phát triển một cách ồ ạt thiếu sự quản lý của nhà nước trong khi lượng khách du lịch ngày một tăng cao đã tạo ra cạnh tranh gay gắt về giá cả và chất lượng. trong khi các khách sạn tư nhân chỉ biết giảm giá để cạnh tranh thì các khách sạn quốc doanh và liên doanh đã tìm mọi biện pháp để nâng cao chất lượng phục vụ nhằm thu hút khách. Các nhà kinh doanh đã ý thức được rằng “uy tín và chất lượng” là vấn đề sống còn đối với doanh nghiệp. để tạo dựng được uy tín và chỗ đứng trên thị trường không còn cách nào khác là nâng cao chất lượng phục vụ của doanh nghiệp.

Xuất phát từ tính chất quan trọng của chất lượng phục vụ mà em đã trăn trở đề tài:” **thực trạng và giải pháp nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú tại khách sạn công đoàn Việt Nam** ” với hy vọng qua việc nghiên cứu đề tài này, em sẽ đưa ra được một số kiến nghị giúp khách sạn công đoàn Việt Nam cải thiện hơn nữa chất lượng dịch vụ trong kinh doanh lưu trú để ngày càng thu hút được nhiều khách hơn qua đó giúp khách sạn nâng cao hiệu quả kinh doanh.

Bài viết của em được chia làm 3 chương tương ứng với ba vấn đề mà em quan tâm nghiên cứu và muốn trình bày đó là:

Chương 1: những lý luận cơ bản về dịch vụ lưu trú và nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú trong khách sạn.

Chương 2: thực trạng chất lượng dịch vụ lưu trú tại khách sạn công đoàn việt nam

Chương 3: một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng phục vụ lưu trú trong khách sạn.

Chương 1

NHỮNG LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ DỊCH VỤ LƯU TRÚ VÀ NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ LƯU TRÚ TRONG KHÁCH SẠN

I. Tổng quan về khách sạn và kinh doanh khách sạn

1.1 Các khái niệm về khách sạn và kinh doanh khách sạn

1.1.1. khái niệm về khách sạn

Cùng với sự phát triển của hoạt động du lịch, theo sự biến đổi của lịch sử và quan điểm cụ thể ở các nước mà người ta đưa ra nhiều khái niệm khác nhau về khách sạn. Nhưng trước hết khách sạn bao gồm các cơ sở vật chất kỹ thuật, trang thiết bị xây dựng tại một điểm nhất định, được cung cấp các sản phẩm dịch vụ cho khách du lịch thông qua quá trình hoạt động nhằm thu lợi nhuận cao nhất. Ngày nay cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn không chỉ phục vụ nhu cầu ăn, nghỉ và vui chơi giải trí mà nhu cầu của khách đa dạng hơn rất nhiều như nhu cầu về cơ sở văn phòng, thương mại, thẩm mỹ...

Theo quy định về tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn (ban hành kèm theo quyết định số 02/2001/QĐ-TCDL ngày 27 tháng 4 năm 2001 của Tổng Cục Du Lịch Việt Nam) ta có khái niệm : *“khách sạn là công trình kiến trúc được xây dựng độc lập, có quy mô từ 10 buồng ngủ trở lên, bảo đảm chất lượng về cơ sở vật chất, trang thiết bị, dịch vụ cần thiết phục vụ khách du lịch”*

1.1.2. khái niệm về quản lý kinh doanh khách sạn

Luật thương mại 2005 đã đưa ra khái niệm về kinh doanh: kinh doanh là việc thực hiện một, một số hoặc tất cả các công đoạn của quá trình kinh doanh trên thị trường nhằm mục đích sinh lời.

quản lý là sự tác động của chủ thể quản lý lên đối tượng bị quản lý nhằm đạt được mục tiêu đặt ra trong điều kiện biến của thị trường.

Từ hai khái niệm trên, ta rút ra khái niệm: Quản lý kinh doanh khách sạn là sự tác động liên tục, có tổ chức, có hướng đích của chủ thể doanh nghiệp khách sạn lên tập thể những người lao động trong doanh nghiệp, sử dụng một cách có hiệu quả mọi tiềm năng và cơ hội nhằm đạt được mục tiêu đề ra theo đúng pháp luật.

1.2. Đặc điểm của kinh doanh khách sạn

Kinh doanh khách sạn có những đặc điểm sau:

Sản phẩm của khách sạn là dịch vụ, có những đặc điểm đặc trưng như tiêu dùng tại chỗ, giá trị và giá trị sử dụng được thể hiện sau khi tiêu dùng, sản xuất và tiêu dùng cùng không gian và thời gian.

Vốn đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn lớn chủ yếu tập trung lớn nhất là dịch vụ lưu trú.

Lực lượng lao động trực tiếp làm việc trong khách sạn rất lớn, đa dạng về cơ cấu ngành nghề, giới tính và tuổi tác.

Thời gian hoạt động trong khách sạn là 24/24 giờ.

Đối tượng khách phục vụ của khách sạn rất đa dạng, phong phú về quốc tịch, tuổi tác, giới tính, dân tộc, tôn giáo, trình độ, nghề nghiệp.

Các bộ phận trong khách sạn hoạt động tương đối độc lập, nhưng rất đồng bộ và có mối quan hệ gắn bó với nhau để phục vụ khách với chất lượng cao.

Kinh doanh khách sạn mang tính quy luật như quy luật tự nhiên, quy luật kinh tế - xã hội, quy luật tâm sinh lý con người.

1.3. Vị trí kinh doanh khách sạn trong nền kinh tế quốc dân

Kinh doanh khách sạn giữ vị trí quan trọng trong nền kinh tế quốc dân như sau:

Đáp ứng nhu cầu du lịch ngày càng tăng.

Góp phần thực hiện chiến lược xuất khẩu thu ngoại tệ.

Kinh doanh khách sạn phát triển góp phần thu hút khối lượng vốn đầu tư trong và ngoài nước, thu hút vốn nhân đôi trong dân.

Kinh doanh khách sạn góp phần thúc đẩy các ngành kinh tế phát triển như: công nghiệp nông nghiệp.

Phát triển kinh doanh khách sạn thu hút khối lượng lớn lao động vào làm việc ở khách sạn, tăng thu nhập cho người lao động.

Kinh doanh khách sạn góp phần giới thiệu và quảng bá khai thác tiềm năng và tài nguyên du lịch.

Kinh doanh khách sạn tạo điều kiện thuận lợi cho việc gặp gỡ, giao lưu của mọi người từ mọi nơi, mọi quốc gia, góp phần tăng tình hữu nghị của các dân tộc và quốc gia.

1.4. Phân loại và xếp hạng khách sạn

1.4.1. Phân loại khách sạn

Các khách sạn được phân loại theo các tiêu chí như sau:

a. Phân loại khách sạn theo quy mô: có các loại sau:

Khách sạn nhỏ: có từ 10 đến 49 buồng ngủ

Khách sạn loại vừa: có từ 50 đến 150 buồng ngủ

Khách sạn lớn: có từ 100 buồng ngủ trở lên

b. Phân theo thị trường mục tiêu: có các loại phổ biến sau:

Khách sạn thương mại, khách sạn quá cảnh, khách sạn du lịch, khách sạn căn hộ, khách sạn sòng bạc, khách sạn cao cấp, khách sạn trung bình, khách sạn bình dân, khách sạn độc lập, khách sạn tập đoàn.

c. Phân theo hình thức sở hữu: bao gồm các loại sau:

Khách sạn nhà nước, khách sạn tư nhân, khách sạn liên doanh trong và ngoài nước, khách sạn 100% vốn nước ngoài, khách sạn cổ phần.

1.4.2. Xếp hạng khách sạn

Hiện nay ở các nước và Việt Nam xếp hạng khách sạn theo 5 sao (từ 1 sao đến 5 sao). Tổng Cục Du Lịch quy định các tiêu chí để xếp hạng như sau:

Vị trí, kiến trúc.

Trang thiết bị, tiện nghi phục vụ.

Các dịch vụ và mức độ phục vụ.

Nhân viên phục vụ.

Vệ sinh.

II. Chất lượng dịch vụ lưu trú trong khách sạn

2.1. Khái niệm chất lượng dịch vụ lưu trú

Chất lượng dịch vụ lưu trú là một vấn đề rất khó xác định bởi nó rất trừu tượng, nó phụ thuộc vào nhiều yếu tố: các yếu tố của chính bản thân dịch vụ và các yếu tố bên ngoài. Để tìm hiểu chất lượng dịch vụ lưu trú là gì ta hãy tìm hiểu khái niệm về chất lượng.

Chất lượng nói chung là sự phù hợp với nhu cầu, nói đến chất lượng của một sản phẩm hay dịch vụ nào đó tức là nói đến mức độ phù hợp nhất định với

những yêu cầu đặt ra cho nó mà những yêu cầu này không chỉ đánh giá trên những tiêu chuẩn định mức bằng số lượng mà còn phải đánh giá nó qua một quá trình thực tế sử dụng.

Theo Tổng Cục Du Lịch Việt Nam và ISO 9000 thì “*chất lượng phục vụ là mức phù hợp của sản phẩm dịch vụ thỏa mãn các yêu cầu đề ra hoặc định trước của người mua.*”

Chất lượng phục vụ chính là sự thỏa mãn khách hàng được xác định bằng so sánh giữa sự cảm nhận và sự mong đợi. Như vậy “*chất lượng dịch vụ lưu trú cũng chính là việc làm phù hợp giữa trông đợi của khách hàng và việc cung cấp chất lượng dịch vụ lưu trú thực tế của doanh nghiệp*”

Chất lượng phục vụ lưu trú bao gồm 3 yếu tố sau:

Tính đa dạng và phong phú của dịch vụ lưu trú

Chất lượng của đội ngũ lao động

Chất lượng cơ sở vật chất kỹ thuật

Để đảm bảo được tốt chất lượng phục vụ nói chung và chất lượng phục vụ lưu trú nói riêng thì mỗi một khách sạn phải tự sàng lọc và lựa chọn cho mình khách hàng mục tiêu nhất định để từ đó đưa ra mức phục vụ thỏa mãn được yêu cầu, mong muốn và phù hợp với khả năng thanh toán của khách và phù hợp với khả năng cung cấp dịch vụ mà mình có thể đáp ứng một cách tốt nhất. Thêm vào đó là tính nhất quán của toàn bộ quá trình phục vụ, đây là một đòi hỏi tất yếu để đảm bảo chất lượng phục vụ lưu trú là tốt nhất.

2.2. Đặc điểm của dịch vụ lưu trú

Dịch vụ lưu trú là sản phẩm dịch vụ nên nó cũng mang những đặc điểm trung của sản phẩm dịch vụ như sau:

Chất lượng dịch vụ lưu trú khó đo lường và đánh giá

Chất lượng dịch vụ khách sạn chỉ được đánh giá chính xác qua sự cảm nhận của người tiêu dùng

Chất lượng dịch vụ khách sạn phụ thuộc vào quá trình cung cấp dịch vụ của khách sạn

Chất lượng dịch vụ khách sạn đòi hỏi tính nhất quán cao

- Tính không hiện hữu

- Giá trị và giá trị sử dụng được thể hiện sau khi tiêu dùng

- Tính không đồng nhất (tính khó đánh giá được chất lượng dịch vụ)

- Tính đồng thời, việc tiêu dùng sản phẩm dịch vụ song song với việc cung ứng dịch vụ.

- Tính không dự trữ

Ngoài ra dịch vụ lưu trú còn có một số đặc tính sau: khách hàng sẽ là người quyết định địa điểm cung cấp dịch vụ, sử dụng nhiều lao động nữ, khó đo lường chất lượng đầu ra, tính dễ hư hỏng, thời gian hoạt động trong khách sạn 24/24 giờ.

2.3. Các phương pháp đánh giá

Chất lượng dịch vụ lưu trú là kết quả đánh giá dựa trên tình hình thực tế mà khách sạn cung cấp và sự cảm nhận của khách hàng dựa trên một khoảng thời gian mà họ đã ở tại khách sạn. Bởi vậy để đánh giá chất lượng dịch vụ trong kinh doanh khách sạn ta cần dựa vào chỉ tiêu sau

ISO 9000 mô tả 3 loại hình đánh giá: Đánh giá chất lượng nội bộ của doanh nghiệp, đánh giá của bên thứ hai và đánh giá của bên thứ ba, trong đó hai loại đánh giá sau cùng được coi là đánh giá bên ngoài.

Đánh giá chất lượng nội bộ nhằm cung cấp thông tin để ban giám đốc xem xét, từ đó đưa ra các biện pháp cải tiến hay hành động phòng ngừa hoặc khắc phục được thực hiện bởi chính doanh nghiệp.

Đánh giá của bên thứ hai nhằm xác định doanh nghiệp có là một nhà cung cấp đáng tin cậy hay không được thực hiện bởi khách hàng của doanh nghiệp.

Đánh giá của bên thứ ba (của chuyên gia) để doanh nghiệp đạt chứng chỉ hoặc để được cấp giấy đăng ký, hoặc được đánh giá dựa theo tiêu chuẩn quy định được thực hiện bởi các cơ quan đánh giá độc lập.

2.3.1. Đánh giá thông qua hệ thống chỉ tiêu cơ bản của doanh nghiệp

Có 5 chỉ tiêu để đánh giá chất lượng, các chỉ tiêu được liệt kê theo trình tự tầm quan trọng giảm dần tương đối với khách sạn:

Sự tin cậy, tinh thần trách nhiệm, sự đảm bảo, sự đồng cảm, tính hữu hình

Môi trường vật chất xung quanh dịch vụ du lịch: phản ánh tính hữu hình của dịch vụ, chúng được phân thành các yếu tố như môi trường xung quanh, cách trang trí, các yếu tố xã hội, phương tiện thông tin, gia cả.

Ngoài năm chỉ tiêu đánh giá chất lượng cơ bản như trên khi đánh giá chất lượng phục vụ chúng ta còn sử dụng thêm các chỉ tiêu khác như:

Khả năng cung ứng dịch vụ

Thời gian đáp ứng yêu cầu khách hàng

2.3.2. Đánh giá thông qua sự cảm nhận của khách

Chất lượng phục vụ là sự thoả mãn nhu cầu của người tiêu dùng, sự thoả mãn này là một trạng thái tâm lí được sinh ra từ bên trong con người giữa sự so sánh về cái mà người ta nhận được với cái mà người ta mong đợi được khi tiêu dùng dịch vụ.

Theo quy luật tâm lí của sự thoả mãn DOMALD M.DAUDOFF ta có công thức:

$$\text{Sự thoả mãn}(S) = P - E$$

Trong đó S(satisfaction) chính là sự thoả mãn nhu cầu của khách hàng sau khi tiêu dùng dịch vụ.

P(perception) sự cảm nhận của khách về chất lượng dịch vụ sau khi tiêu dùng sản phẩm.

E(expectation) sự mong đợi của khách trước khi tiêu dùng dịch vụ.

Muốn cho chất lượng phục vụ càng cao các nhà quản lý phải tìm mọi cách để làm sao P càng lớn hơn E càng tốt, tức là sự cảm nhận của khách cao hơn sự mong đợi càng nhiều.

Phương pháp đánh giá: sự thoả mãn của khách hàng bị ảnh hưởng bởi sự so sánh giữa mong chờ và mức độ mà khách nhận được.

Nếu $P > E$: tức là sự cảm nhận của khách về du lịch lớn hơn sự mong chờ do đó chất lượng phục vụ được đánh giá là tốt vì khách sạn đã đem đến cho khách nhiều hơn sự mong chờ.

Nếu $P = E$: tức là khách sạn đã đáp ứng được sự mong chờ của khách hàng và khách cảm thấy thoả mãn, như vậy chất lượng được đánh giá ở mức trung bình.

Nếu $P < E$: tức là sự cảm nhận của khách thấp hơn sự mong chờ khách sẽ cảm thấy sự thất vọng bởi chất lượng được đánh giá là kém. Do đó cơ hội để khách quay lại lần sau là rất thấp.

Trên thực tế chất lượng phục vụ không thoả mãn đồng đều cho mọi người và trong mọi lúc, mà phụ thuộc vào đặc điểm tâm lí của khách khi tiêu dùng dịch vụ. Việc cố gắng tạo ra chất lượng phục vụ thoả mãn giống nhau cho mọi người là không thể được vì vậy để đảm bảo chất lượng phục vụ các nhà kinh

doanh phải tiến hành phân đoạn thị trường, chọn những đối tượng phù hợp để phục vụ làm sao cho sự cảm nhận của khách cao hơn sự mong đợi của họ để thu hút khách.

Muốn nắm bắt thông tin về mức độ hài lòng của khách thì khách sạn thường đưa ra biện pháp thăm dò ý kiến khách hàng, từ đó biết được chất lượng phục vụ của khách sạn đến đâu để điều chỉnh cho phù hợp với nhu cầu của khách. Ngoài ra khách sạn có thể dựa vào số liệu về số lượng khách quay lại khách sạn để đánh giá về chất lượng phục vụ của khách sạn đó.

2.3.3. Đánh giá của bên thứ 3 (phương pháp chuyên gia)

Đánh giá của bên thứ 3 do một cơ quan chứng nhận độc lập thực hiện nhằm xác nhận:

Khách sạn được đánh giá có hệ thống chất lượng dịch vụ thỏa mãn các yêu cầu của tiêu chuẩn tham chiếu hay không (ví dụ như ISO 9000).

Hệ thống chất lượng dịch vụ này hỗ trợ một cách hiệu quả cho việc đạt mục tiêu kinh doanh của khách sạn.

Bên thứ 3 sẽ dựa vào các tiêu chuẩn quy định và các phương pháp riêng của mình để đánh giá chất lượng nói chung và chất lượng phục vụ lưu trú nói riêng trong khách sạn.

2.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến chất lượng phục vụ trong kinh doanh lưu trú

Chất lượng phục vụ lưu trú phụ thuộc rất nhiều vào các yếu tố cấu thành sản phẩm dịch vụ cụ thể là các yếu tố chính sau:

2.4.1. Nguồn vốn và cơ sở vật chất kỹ thuật

Nguồn vốn là nhân tố quyết định đến tình hình cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn, quyết định tính đồng bộ hay hiện đại, mức độ tiện nghi của cơ sở vật chất kỹ thuật từ đó tác động tới chất lượng dịch vụ.

Ngày nay nhu cầu của khách hàng ngày một đa dạng hơn không chỉ có những nhu cầu cơ bản mà bây giờ khách hàng thường có những nhu cầu khác rất đa dạng phong phú mà khách sạn phải đáp ứng, đó là những dịch vụ bổ sung trong khách sạn. Chính những dịch vụ này là nhân tố thu hút khách và đem lại doanh thu lớn cho khách sạn.

Cơ sở vật chất kỹ thuật là một trong những tiêu chuẩn quan trọng nhất quyết định đến việc phân chia các thứ hạng khác nhau trong ngành khách sạn. Cơ sở vật chất kỹ thuật ở một khách sạn được đánh giá là tốt khi nó đáp ứng được những tiêu chuẩn trong ngành khách sạn như: phải trang bị đầy đủ và đồng bộ các trang thiết bị kỹ thuật phục vụ khách lưu trú ở khách sạn, các trang thiết bị phải bền, có kiểu dáng hình thức trang trí phù hợp với từng loại và hạng khách sạn. Phải đảm bảo vệ sinh và dễ làm vệ sinh. Phải đảm bảo an toàn khi sử dụng, đặc biệt là thiết bị điện.

Chính vì vậy mỗi khách sạn muốn nâng cao được chất lượng dịch vụ lưu trú nói chung và chất lượng phục vụ khách hàng nói riêng thì cần phải có sự đầu tư thích đáng và hợp lý đối với cơ sở vật chất, trang thiết bị kỹ thuật và các loại hình dịch vụ sao cho đồng bộ và tiện nghi...bên cạnh đó các khách sạn cũng phải đầu tư thêm các loại hình dịch vụ nhất là các loại hình dịch vụ bổ sung sao cho đáp ứng được tốt nhất nhu cầu của khách hàng.

2.4..2. Nhân viên phục vụ

Trình độ nhân viên quản lý và kinh doanh khách sạn là một trong những tiêu chuẩn để phân hạng khách sạn, nó đóng vai trò quyết định chất lượng phục vụ và hiệu quả kinh doanh của khách sạn.

Tiêu chuẩn để đánh giá trình độ, phong cách của nhân viên phục vụ khách sạn trên các mặt: trình độ học vấn(văn hoá), trình độ chuyên môn nghiệp vụ, trình độ ngoại ngữ, độ tuổi, giới tính ngoại hình, phẩm chất tư cách đạo đức, khả năng giao tiếp, khả năng nắm bắt tâm lí, tinh thần thái độ phục vụ.

Căn cứ những tiêu chuẩn trên, quy định tiêu chuẩn cụ thể của từng hạng khách sạn cho từng loại cán bộ nhân viên, cán bộ quản lý khách sạn, nhân viên phục vụ từng bộ phận.

2.5. Sự cần thiết phải nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú trong khách sạn

Chất lượng dịch vụ cao giúp gia tăng lợi nhuận cho khách sạn.

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

Nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn tạo ra sản phẩm có chất lượng đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của khách.

Nâng cao chất lượng dịch vụ khách sạn ảnh hưởng đến các ngành khác.

Tạo điều kiện để nâng cao trình độ chuyên môn nghiệp vụ của đội ngũ nhân viên trong khách sạn.

Việc nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú là cần thiết đối với bất cứ một khách sạn nào muốn thành công trong kinh doanh, nó gần như là một tất yếu khách quan của mọi khách sạn muốn đứng vững trên thị trường.

Chương 2

THỰC TRẠNG CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ LƯU TRÚ TẠI KHÁCH SẠN CÔNG ĐOÀN VIỆT NAM

1. Tổng quan về Khách sạn Công Đoàn Việt Nam

1.1. Quá trình hình thành, phát triển, chức năng nhiệm vụ và cơ cấu tổ chức quản lý và kinh doanh của khách sạn của Khách sạn Công Đoàn Việt Nam

1.1.1. Quá trình hình thành và phát triển

Công ty du lịch công đoàn Việt Nam – tiền thân của Khách sạn Công Đoàn Việt Nam được thành lập năm 1989 theo quyết định của Chủ Tịch Hội Đồng Bộ Trưởng số 2830/CTĐN cho phép Tổng Liên Đoàn Lao Động Việt Nam được thành lập công ty kinh doanh du lịch trực thuộc Tổng Liên Đoàn Lao Động Việt Nam. Để tạo cơ sở vật chất cho công ty có điều kiện kinh doanh ổn định công ty đã mạnh dạn đề nghị đoàn Chủ Tịch Tổng Liên Đoàn Lao Động giao cho khu đất số 14 Trần Bình Trọng với diện tích 10000m² cho công ty sử dụng làm văn phòng và công trình Khách Sạn Công Đoàn Việt Nam.

Đến cuối năm 2000 công trình xây dựng khách sạn tương đối hoàn thành và đến ngày 12/07/2001 thì khách sạn được chính thức đưa vào hoạt động theo tiêu chuẩn “3 sao”. Với đội ngũ nhân viên ban đầu chỉ là 10 người được chuyển từ công ty Du Lịch Công Đoàn Việt Nam sang, 130 lao động được tuyển vào lao động theo hình thức hợp đồng. Trong đó 70% lao động có trình độ cao đẳng và đại học, 20% có trình độ trung cấp và 10% là lao động phổ thông về cơ sở vật chất kỹ thuật hạ tầng của khách sạn lúc bấy giờ thì khách sạn nằm trong một khuôn viên có diện tích 8500m² với 9 tầng, khách sạn đã đưa 130 phòng ngủ và 1000m² văn phòng cho thuê vào hoạt động. Một phòng ăn lớn có thể phục vụ cho khoảng 250 khách cùng ăn bên cạnh đó là phòng ăn nhỏ phục vụ cho khoảng 50 khách ngoài ra còn một quầy Bar tiền sảnh và hai phòng họp hội nghị trên tầng hai và các phòng cung cấp dịch vụ khách như: phòng Massage, phòng tắm bốn mùa, sân chơi Tennis, cho thuê phòng hội thảo, phòng họp...

Sau hơn 8 năm đi vào hoạt động, với sự cố gắng và nỗ lực của toàn thể cán bộ công nhân viên trong khách sạn đã đưa khách sạn ngày một lớn mạnh và có chỗ đứng trên thị trường khách sạn tại Hà Nội, với tổng doanh thu trên dưới 50 tỷ đồng. Trong quá trình hoạt động khách sạn đã không ngừng bổ sung đầu tư về vốn, cơ sở vật chất hạ tầng, chất lượng dịch vụ, từ số vốn kinh doanh ban đầu là 1.978.000.000 VNĐ trong đó vốn cố định là 1.232.000.000 VNĐ, vốn lưu động là 746.000.000 VNĐ, tới nay tổng số vốn của khách sạn là 2.975.000.000 VNĐ, trong đó vốn cố định là 2.049.000.000 VNĐ, vốn lưu động là 926.000.000 VNĐ. Tổng số lao động lúc ban đầu là 140 người đến nay khách sạn đã có 200 lao động. Tổng số vốn và lao động của khách sạn đủ khả năng đảm bảo cho hoạt động kinh doanh của khách sạn ổn định và phát triển tiến tới mục tiêu khách sạn trở thành khách sạn 4 sao vào năm 2010.

1.1.2. Chức năng nhiệm vụ của khách sạn

a. Chức năng

Phục vụ khách nghỉ tại khách sạn với hơn một trăm phòng ngủ sang trọng, ấm cúng và rất tiện nghi.

Nhà hàng sang trọng với các món ăn Âu, Á ngon miệng, đẹp mắt, thực đơn phong phú giá cả hợp lý.

Cung cấp các dịch vụ hội nghị, hội thảo với nhiều loại phòng họp từ 50 đến 100 chỗ được trang bị hiện đại đạt tiêu chuẩn quốc tế.

Cung cấp các dịch vụ máy bay trong và ngoài nước.

Tổ chức tiệc cưới trọn gói với thực đơn ngon miệng, hấp dẫn, giá cả hợp lý, đội ngũ nhân viên phục vụ nhiệt tình chu đáo. Cùng với các dịch vụ hoàn hảo như MC, ban nhạc

b. Nhiệm vụ

Không ngừng cải tiến cơ cấu quản lý, tăng hiệu quả sản xuất kinh doanh, giảm chi phí để thỏa mãn nhu cầu khách hàng, nắm bắt được nhu cầu thị trường và xây dựng phương án sản xuất kinh doanh có hiệu quả.

Sử dụng có hiệu quả và bảo tồn nguồn vốn kinh doanh, cơ sở vật chất kỹ thuật.

Kinh doanh có lãi và từng bước tích lũy để tái sản xuất mở rộng.

Hoàn thành tốt nghĩa vụ với nhà nước, chăm lo đời sống vật chất và tinh thần đối với người lao động. Bồi dưỡng nâng cao trình độ đội ngũ cán bộ công nhân viên để đáp ứng tình hình mới của thị trường.

Xây dựng và tổ chức thực hiện các kế hoạch dài hạn và ngắn hạn về kinh doanh dịch vụ, du lịch, các dịch vụ có liên quan đến du lịch trong và ngoài nước... theo đúng pháp luật của nhà nước và hướng dẫn của Tổng Cục Du lịch, đồng thời hoạch định chiến lược kinh doanh và phát triển theo kế hoạch và mục tiêu của khách sạn.

Tổ chức nghiên cứu đề ra các giải pháp nhằm nâng cao năng suất lao động, áp dụng những kỹ năng giao tiếp, nâng cao chất lượng phục vụ phù hợp có yêu cầu đòi hỏi của khách hàng đáp ứng đủ nhu cầu thông tin.

Thực hiện đầy đủ mọi cam kết trong hợp đồng kinh tế với các tổ chức kinh tế trong và ngoài nước.

Chấp hành nghiêm chỉnh pháp luật của nhà nước, thực hiện các chế độ chính sách về quản lý và sử dụng vốn, thực hiện nghĩa vụ đối với nhà nước.

Quản lý toàn diện, đào tạo và phát triển đội ngũ công nhân viên trong khách sạn có đủ năng lực, trình độ, phẩm chất để hoàn thành tốt nhiệm vụ kinh doanh, dịch vụ của khách sạn.

Bảo vệ doanh nghiệp, bảo vệ môi trường, giữ gìn trật tự an ninh chính trị và trật tự an toàn xã hội.

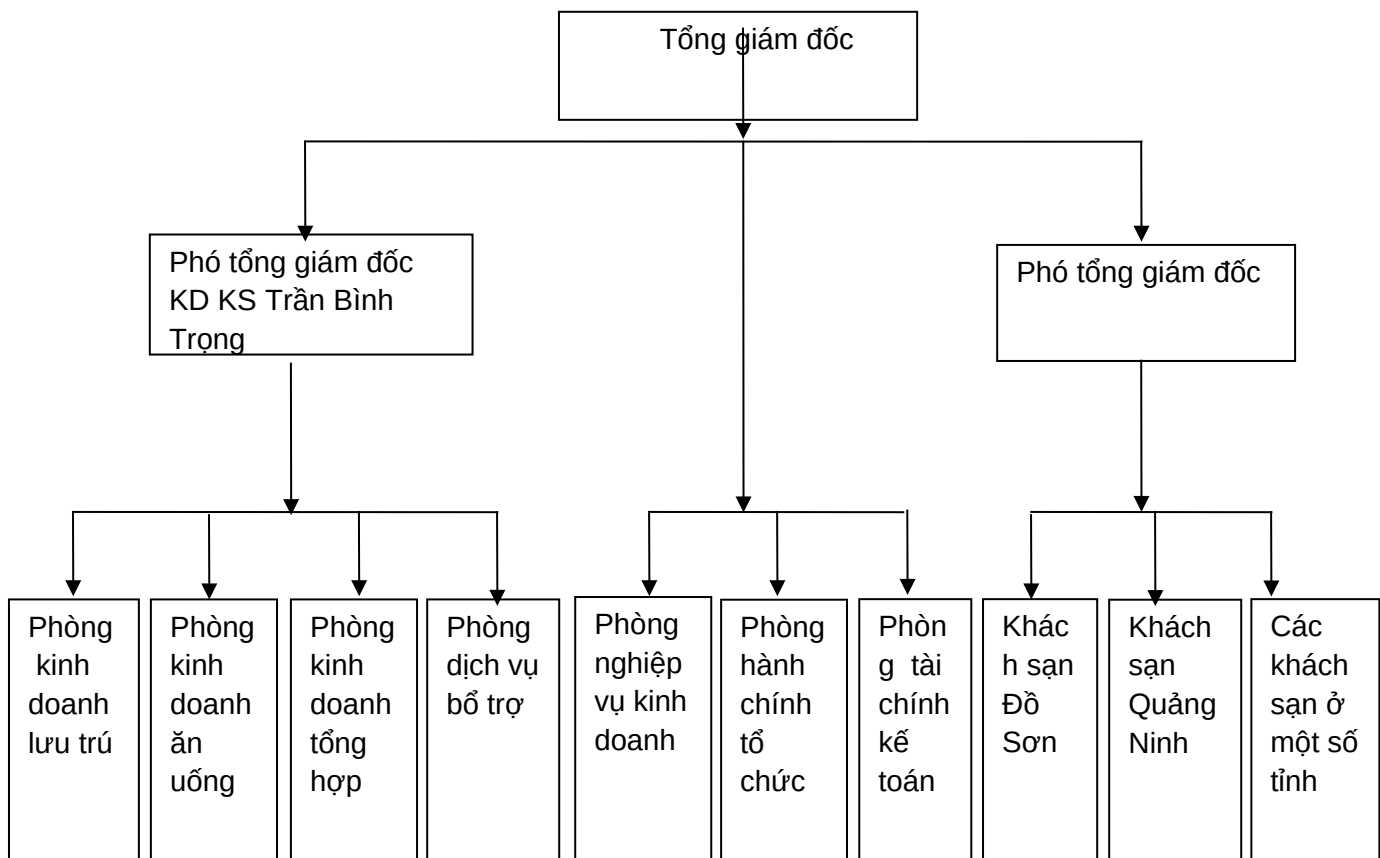
Lĩnh vực kinh doanh chủ yếu của khách sạn là kinh doanh dịch vụ như: dịch vụ lưu trú, du lịch, tổ chức hội nghị, tiệc cưới luôn đảm bảo cho khách hàng sự tin tưởng hài lòng.

1.1.3. Cơ cấu tổ chức quản lý và kinh doanh của khách sạn

Trên nguyên tắc đáp ứng được nhu cầu thực hiện chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp bộ máy phải linh hoạt đáp ứng mọi nhu cầu tình huống diễn ra trong kinh doanh, phải cân đối công việc mỗi khâu, phải có người đảm nhiệm và chịu trách nhiệm. Khách sạn Công Đoàn Việt Nam là công ty con của công ty du lịch Công Đoàn Việt Nam thuộc Tổng Liên Đoàn Lao Động Việt Nam là một doanh nghiệp chịu sự quản lý điều hành chung của ban giám đốc công ty và được chỉ đạo trực tiếp của 10 cán bộ của công ty chuyển xuống từ khi mới thành lập.

Tuy nhiên xét về mặt cơ cấu tổ chức riêng trong khách sạn thì ta thấy: Khách sạn gồm có 1 Tổng giám đốc và 2 Phó tổng giám đốc dưới là các trưởng bộ phận tổ trưởng và các nhân viên. Cơ cấu tổ chức của khách sạn được tổ chức theo mô hình trực tuyến chức năng:

Mô hình cơ cấu tổ chức của khách sạn Công Đoàn Việt Nam



II. Thực trạng phát triển kinh doanh và nâng cao hiệu quả kinh doanh của khách sạn Công Đoàn

21. Những biện pháp kinh doanh và nâng cao hiệu quả kinh doanh mà khách sạn đang áp dụng

Trong thời gian hoạt động từ tháng 7/2001 đến nay Khách sạn Công Đoàn đã có nhiều biện pháp nhằm phát triển kinh doanh và nâng cao hiệu quả kinh doanh. Sau đây là một số biện pháp mà khách sạn đang áp dụng:

Mở rộng và liên kết chặt chẽ với các đối tác trong khu vực và trên thế giới

Chính sách nâng cao chất lượng dịch vụ

Quảng bá hình ảnh của khách sạn

2.2. Thực trạng kinh doanh của khách sạn

Kể từ khi đi vào hoạt động đến nay khách sạn Công Đoàn đã luôn đứng vững trong cơ chế thị trường năng động sáng tạo. Có được điều đó là nhờ vào công tác hoạch định đề ra chiến lược kinh doanh phù hợp với thực lực của khách sạn trước những thử thách của cơ chế thị trường. Thêm vào đó là sự nỗ lực của cán bộ công nhân

viên chức người lao động và đặc biệt của Tổng Liên Đoàn, khách sạn đã vượt qua nhiều khó khăn và thu được kết quả đáng khích lệ. Điều đó được thể hiện ở bảng sau:

Bảng 1 : Thử nghiệm kinh doanh của khách sạn

(Đơn vị tính: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2006		Năm 2007		Năm 2008		% (năm sau/năm trước)	
	TS	TT (%)	TS	TT (%)	TS	TT (%)	2007/2006	2008/2007
Tổng DT	38.900	100	44.700	100	57.100	100	114,9	127,7
DT lưu trú	16.200	41,6	19.400	43,4	22.900	40,1	119,8	118
DT ăn uống	15.000	38,6	15.700	35,1	20.600	36,1	104,7	131,2
DT các dịch vụ khác	7.700	19,8	9.600	21,5	13.600	23,8	124,7	141,7

(nguồn: phòng hành chính khách sạn)

Từ bảng số liệu trên ta có thể rút ra nhận xét sau:

Nhịp độ tăng tổng doanh thu hằng năm tăng nhanh năm sau lớn hơn năm trước. Năm 2007 so với năm 2006 tăng 14,9%, năm 2008 so với năm 2007 tăng 27,7%.

Trong cơ cấu tổng doanh thu: Doanh thu lưu trú chiếm tỷ trọng cao nhất: năm 2006 chiếm tỷ trọng 41,6%, năm 2007 chiếm tỷ trọng 43,4% năm 2008 chiếm tỷ trọng 40,1%. Tiếp sau đó là doanh thu từ dịch vụ ăn uống: Năm 2006 chiếm tỷ trọng 38,6%, năm 2007 chiếm tỷ trọng 31,6%, Năm 2008 chiếm tỷ trọng 36,1%. Doanh thu từ các dịch vụ bổ sung: năm 2006 chiếm tỷ trọng 19,8%, năm 2007 chiếm tỷ trọng 21,5 %, năm 2008 chiếm tỷ trọng 23,8 %.

Nhìn chung doanh thu của khách sạn trong những năm qua là khá cao, tổng doanh thu năm sau luôn lớn hơn năm trước. Điều này chứng tỏ các biện pháp phát triển kinh doanh của khách sạn đã đạt hiệu quả. Qua bảng số liệu ta cũng nhận thấy doanh thu chủ yếu của khách sạn là dựa vào hai lĩnh vực lưu trú và ăn uống. Đây cũng là hai lĩnh vực mà khách sạn đặc biệt quan tâm chú ý tới nhất. Có được kết quả đó là do những năm qua khách sạn đã không ngừng đổi mới nâng cấp cơ sở hạ tầng và nâng cao chất lượng dịch vụ đáp ứng nhu cầu cao nhất của du khách. Một phần cũng nhờ vào việc quảng bá tiếp thị trong và ngoài nước đã gây được sự chú ý đối với thị trường khách và sự yêu mến của khách hàng.

2.3. Thực trạng hiệu quả kinh doanh của khách sạn

Biểu 2: Hiệu quả kinh doanh tổng hợp của khách sạn

(Đơn vị tính: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008	% (Năm sau/năm trước)	
				2007/2006	2008/2007
1. Tổng doanh thu	38.900	44.700	57.100	114,9	127,7
2. Thuế (Nộp NSNN)	4.900	5.036	6.100	102,8	122,9
3. Doanh thu thuần	34.000	39.664	50.910	116,6	128,4
4. Tổng chi phí	33.424	38.143	47.454	114,1	124,4
5. Tổng lợi nhuận	576,0	1.521	3.456	164,1	227,2

(nguồn: phòng hành chính khách sạn)

Qua bảng số liệu kết quả hoạt động kinh doanh của khách sạn ta thấy:

Tổng doanh thu của toàn khách sạn năm 2007 so với năm 2006 tăng 14,9 %, tổng chi phí tăng 14,1 %. Năm 2008 so với năm 2007, tổng doanh thu tăng 27,7%, tổng chi phí tăng 24,4%. Nhận thấy tỷ lệ % tổng doanh thu qua các năm đều lớn hơn % tổng chi phí, điều này cho thấy trong những năm qua khách sạn đã làm ăn có lãi, khách sạn nộp ngân sách nhà nước đầy đủ. Tổng lợi nhuận khách sạn thu được hàng năm cũng tăng nhanh: năm 2007 so với năm 2006 tăng 64,1%, năm 2008 so với năm 2007 tăng 27,2%.

Qua số liệu và bảng phân tích trên ta thấy khách sạn đang có kết quả kinh doanh tốt, tỷ trọng ngày một tăng và khách sạn vẫn giữ được sự ổn định trong kinh doanh mặc dù thị trường có nhiều biến động và cạnh tranh gay gắt. Để đạt hiệu quả cao như trên là do khách sạn đã có những biện pháp phát triển kinh doanh đúng đắn và biện pháp trong việc quản lý định mức. Tuy nhiên chi phí trong kinh doanh của khách sạn còn hơi cao, cần có những biện pháp nhằm quản lý tốt hơn nữa chi phí trong kinh doanh.

Biểu 3: Hiệu quả sử dụng các nguồn lực

(Đơn vị tính: Triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008	% (năm sau/năm trước)	
				2007/2006	2008/2007
1. Tổng doanh thu	38.900	44.700	57.100	114,9	127,7
2. Tổng số vốn KD	2.247	2.569	2.975	114,3	115,8
3. Tổng số LD (người)	190	195	200	102,56	102,6
4. Tổng lợi nhuận	576,0	1.521	3.456	264,1	227,2
5. Hiệu quả:					
a. Tỷ suất LN (%)	1,48	3,40	6,05	1,92	2,65
b. LN/đồng vốn	0,26	0,59	1,16	226,9	196,6
c. LN/Đầu người	3,03	7,8	17,28	257,4	221,5

(nguồn: phòng hành chính khách sạn)

Nhìn vào bảng số liệu trên ta thấy:

Tổng số vốn kinh doanh của khách sạn hàng năm có tăng, năm 2007 so với năm 2006 tăng 14,3%, năm 2008 so với năm 2007 tăng 15,8%. Tổng số lao động trong khách sạn qua các năm cũng có sự thay đổi, năm 2007 so với năm 2006 tăng 2,6 % và năm 2008 so với năm 2007 cũng tăng 2,56 %. Kết quả trên cho thấy trong những năm qua khách sạn đã có sự điều chỉnh về cơ cấu lao động và số vốn kinh doanh sao cho phù hợp với nhu cầu và tình hình phát triển của công ty. Do đó các nguồn lực trong khách sạn đã đạt được hiệu quả biểu hiện ở chỗ: Tỷ suất lợi nhuận năm 2007 so với năm 2006 tăng 1,92%, năm 2008 so với năm 2007 tăng 2,65%. Lợi nhuận trên đồng vốn cũng tăng nhanh, năm 2007 so với năm 2006 tăng 126,9%, năm 2008 so với năm 2007 tăng 96,6%. Lợi nhuận trên đầu người cũng đạt hiệu quả cao, năm 2007 so với năm 2006 tăng 157,4%, năm 2008 so với năm 2007 cũng tăng 121,5 %. Điều này đảm bảo việc làm và thu nhập của người lao động được ổn định.

Tóm lại, công tác sử dụng các nguồn lực trong khách sạn đã đạt được hiệu quả khá cao, nó thể hiện sự phát triển ngày càng đúng hướng của khách sạn. Tuy nhiên trước những biến đổi của nền kinh tế đang rơi vào khủng hoảng, khách sạn cũng cần phải có những điều chỉnh, hoàn thiện hơn nữa bộ máy quản lý của mình để có thể sử dụng tốt hơn nữa các tiềm lực.

2.4. Tình hình phát triển số lượng khách đến với khách sạn Công Đoàn

2.4.1. Những biện pháp mà khách sạn đang áp dụng để thu hút khách

Hoàn thiện cơ sở vật chất kỹ thuật

Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động

Đẩy mạnh hoạt động quảng bá

Chính sách giá

2.4.2. Thực trạng phát triển số lượng khách và cơ cấu khách

Trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn thì khách du lịch là nguồn nhân tố vô cùng quan trọng bởi hầu hết doanh thu đều bắt nguồn từ sự đáp ứng nhu cầu của họ vì vậy việc nghiên cứu thị trường khách là cơ sở để khách sạn tổ chức phục vụ đáp ứng nhu cầu du khách.

Khi mới đi vào hoạt động lượng khách của khách sạn chủ yếu là khách công vụ và khách hội nghị đến từ các tỉnh thành trong cả nước, nhưng trong những năm gần đây số lượng khách quốc tế đến lưu trú tại khách sạn đã tăng mạnh. Chủ yếu là khách thương gia sang kinh doanh và làm việc, khách du lịch đến từ Trung Quốc, Hàn Quốc, Pháp, Đức....Sau đây là bảng số liệu về cơ cấu khách tại khách sạn trong 3 năm gần đây:

Bảng 4: Tình hình phát triển khách và cơ cấu khác

(đơn vị tính: lượt khách)

Chỉ tiêu	Năm 2006		Năm 2007		Năm 2008		% (năm sau/năm trước)	
	TS	TT (%)	TS	TT (%)	TS	TT (%)	2007/2006	2008/2007
1. Tổng lượt khách	63.203	100	70.778	100	69.841	100	112	98,7
2. Khách Quốc tế	26.018	41,2	39.239	55,4	40.009	57,3	150,8	102
3. Khách nội địa	37.075	58,8	31.539	44,6	29.832	42,7	85,2	94,6

(nguồn: phòng hành chính khách sạn)

Qua bảng tình hình khách và cơ cấu khách trên ta rút ra một số nhận xét sau: Tổng lượt khách đến với khách sạn hàng năm có sự tăng giảm: năm 2007 so với năm 2006 tổng lượt khách đến với khách sạn tăng 12% nhưng đến năm 2008 tổng lượt khách so với năm 2007 giảm 1,3 %. Trong đó tổng lượng khách quốc tế năm 2007 so với năm 2008 tăng 50,8%, năm 2008 so với năm 2007 tăng 2%. Tổng lượng khách nội địa năm 2007 so với năm 2006 giảm 14,8%, năm 2008 so với năm 2007 giảm 5,4%.

Trong cơ cấu khách, riêng năm 2006 khách nội địa chiếm tỷ trọng cao nhất 58,8% nhưng đến năm 2007 và 2008 thì tỷ trọng khách lại giảm xuống. Năm 2007 chiếm tỷ trọng 44,6%, năm 2008 chiếm tỷ trọng 42,6%. Ngược lại, khách quốc tế tại khách sạn lại có sự tăng trưởng khá mạnh, năm 2006 chiếm tỷ trọng 41,2% nhưng đến năm 2007 đã tăng lên 55,4% và tỷ trọng năm 2008 là 57,3%.

Qua phân tích cho thấy tình hình kinh doanh thu hút khách tại khách sạn trong năm 2008 đạt hiệu quả chưa cao so với năm 2007. Tổng lượt khách quốc tế đến lưu trú tại khách sạn đạt tỷ trọng khá cao, đây là con số mơ ước của nhiều khách sạn khác, chính những số liệu đó đã chứng tỏ tiềm năng của khách sạn là hết sức to lớn. Tuy nhiên lượng khách nội địa lại có sự giảm xuống vì vậy đòi hỏi khách sạn cũng cần có biện pháp để khắc phục tình hình trên.

2.3.3. Hiệu quả sử dụng buồng ngủ tại khách sạn

Biểu 5: Hiệu quả sử dụng buồng ngủ

(Đơn vị tính: triệu đồng)

Chỉ tiêu	Năm 2006	Năm 2007	Năm 2008	%(năm sau/năm trước)	
				2007/2006	2008/2007
Doanh thu theo CS	30.420	35.100	39.780	115,4	113,3
Tổng số phòng	130	130	130	100	100
Giá TB 1 phòng	0,650	0,750	0,850	115,4	113,3
Doanh thu thực tế	16.200	19.400	22.900	119,8	118
Công suất sử dụng phòng	86.36%	89.43%	88.33%	103.55	98.77

(nguồn: phòng hành chính khách sạn)

Bảng số liệu trên cho ta nhận thấy:

Doanh thu theo công suất phòng hàng năm của khách sạn đều tăng, năm 2007 so với năm 2006 tăng 15,4%. Năm 2008 so với năm 2007 tăng 13,3%. Doanh thu thực tế năm 2007 so với năm 2006 tăng 19,8%, năm 2008 so với năm 2007 tăng 18%. Công suất sử dụng phòng năm 2007 so với 2006 tăng 3,55% nhưng năm 2008 so với 2007 lại giảm 1,23%, nhưng tính trung bình cả ba năm công suất sử dụng phòng tăng 1,16% đó là một kết quả tốt trong thời kỳ khủng hoảng như hiện nay. Từ kết quả trên cho thấy hiệu quả sử dụng buồng ngủ tại khách sạn là khá cao, có được điều đó là do khách sạn đã có chính sách đầu tư đúng mức vào việc đổi mới nâng cấp cơ sở vật chất kỹ thuật và nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú. Ngoài ra còn nhờ vào đội ngũ cán bộ công nhân viên bộ phận buồng, họ đã làm việc với tinh thần trách nhiệm cao đem lại chất lượng phục vụ tốt nhất cho khách lưu trú tại khách sạn. Nhờ thế mà uy tín của khách sạn đã được tăng lên, thu hút được nhiều khách lưu trú và quay trở lại.

2.4. Đánh giá chất lượng dịch vụ lưu trú tại Khách Sạn Công Đoàn thông qua các chỉ tiêu cơ bản và sự cảm nhận của khách hàng

2.4.1. Đánh giá chất lượng dịch vụ lưu trú tại Khách Sạn Công Đoàn thông qua các chỉ tiêu cơ bản

a) sự tin cậy

Khách sạn đã thực hiện đúng và đủ những cam kết về tiêu chuẩn và dịch vụ mà khách sạn đã đề ra vì thế đã chiếm được niềm tin từ khách hàng.

b) Tinh thần trách nhiệm

Nhân viên trong khách sạn luôn có tinh thần trách nhiệm tốt, sẵn sàng giúp đỡ khách hàng, đáp ứng mọi nhu cầu khách hàng trong khả năng của mình.

c) Sự đảm bảo

100% đội ngũ nhân viên đã qua đào tạo và có nghiệp vụ tay nghề cao, cơ sở vật chất trong khách sạn đáp ứng tiêu chuẩn 3 sao vì thế khách hàng luôn được cung cấp dịch vụ với chất lượng tối ưu, phong cách phục vụ của nhân viên luôn lịch sự, chu đáo, ân cần niềm nở...

d) Sự đồng cảm

Nhân viên trong khách sạn luôn nắm bắt được tâm lí của khách và phục vụ rất thân thiện, gần gũi, ấm cúng, thân mật, chu đáo, biết chia sẻ thông cảm cho khách nên họ đã tạo được sự đồng cảm với khách

e) Tính hữu hình

Đây là phần bề nổi của khách sạn, là phần khách có thể cảm nhận trước tiên khi tới nghỉ tại khách sạn. Tính hữu hình được thể hiện ở môi trường vật chất xung quanh, cách trang trí, bố trí các vật dụng, phương tiện thông tin, giá cả... mà khách

sạn cung cấp, khách sạn công đoàn có tổng số 130 phòng ngủ, bình quân mỗi phòng có diện tích 36m², mỗi phòng được trang bị những thiết bị sau:

Đồ gỗ: giường, bàn đầu giường, giá để hành lý, tủ đựng quần áo, bàn làm việc, bộ bàn ghế sofa, giá đựng vô tuyến.

Đồ vải: đệm mút, gối ga, chăn len, riđô che cửa hai lớp, thảm chải sàn.

Đồ sành sứ, thủy tinh: bộ ấm chén uống trà, phích nước, cốc ly, bình nước lọc,

Các loại khác: mắc treo quần áo, dép đi trong nhà, giấy viết thư, bản hướng dẫn sử dụng các trang thiết bị, tập giấy quảng cáo dịch vụ.

Trang thiết bị trong phòng vệ sinh: vòi tắm hoa sen, bồn tắm, xí bệt, hệ thống nóng lạnh, khăn tắm, khăn mặt, kem đánh răng, dao cạo râu, gương, xà bông.

Nhìn chung các trang thiết bị, tiện nghi trong phòng ngủ tại khách sạn Công Đoàn được trang bị đồng bộ, tiện nghi và phù hợp và đủ tiêu chuẩn để đáp ứng tiêu chuẩn khách sạn 3 sao.

Về thẩm mỹ, việc bài trí sắp xếp trang thiết bị, tiện nghi trong phòng rất ngăn nắp, gọn gàng đảm bảo thuận tiện cho khách sử dụng và nhân viên phòng làm vệ sinh, dọn dẹp. Các màu sắc trong phòng được thiết kế tương đối hài hòa tạo cảm giác sang trọng ấm cúng.

2.4.2. Đánh giá qua các chỉ tiêu khác

Khách sạn Công đoàn hiện đang cung cấp các dịch vụ như:

Phục vụ tại phòng 24/24h các món ăn, đồ uống khách yêu cầu

Dịch vụ giặt là

Thay hoa tươi mỗi ngày trong mỗi phòng

Cung cấp cho khách địa chỉ, tên, Telex, fax, và các thông tin cần thiết cho khách lưu trú tại khách sạn.

Cung cấp cho khách các dịch vụ cắt tóc, tập thể hình, Tennis, bể bơi, Massage, đưa đón khách ra sân bay, đặt vé máy bay...kinh doanh đồ mỹ nghệ truyền thống.

Tóm lại qua một số phân tích trên ta thấy khách sạn Công Đoàn có một cơ cấu số lượng dịch vụ lưu trú rất đa dạng, phong phú so với những khách sạn cùng loại khác, những dịch vụ đó đều đáp ứng được tiêu chuẩn khách hàng mà khách sạn đã đề ra vì thế nó tạo cho khách cảm giác thoải mái như chính ở “ngôi nhà thứ hai” của mình vậy.

2.4.3. Đánh giá thông qua cảm nhận của khách hàng

Một trong số những biện pháp để khách sạn có thể nắm bắt được chất lượng phục vụ trong khách sạn từ khách hàng đó là biện pháp thăm dò ý kiến khách hàng thông qua các phiếu thăm dò được phát cho khách hàng. Năm vừa qua vào tháng 8-2008 khách sạn đã phát phiếu thăm dò khách hàng đang lưu trú trong khách sạn với số phiếu 100 phiếu nhằm xem xét đánh giá của khách hàng về chất lượng phục vụ lưu trú trong khách sạn, sau khi đã tổng hợp số phiếu của khách hàng về chất lượng phục vụ buồng tại khách sạn, thu được kết quả sau:

Bảng 6 (kết quả thăm dò, đánh giá chất lượng lưu trú tại khách sạn)

Mức đánh giá	Tốt		Trung bình		kém	
	Số người	%	Số người	%	Số người	%
Sự tiện nghi	70	70	22	22	8	8
Sự sạch sẽ	72	72	21	21	7	7
Sự chu đáo	68	68	26	26	6	6
Quan hệ với khách hàng	65	58,5	31	37,2	4	4
Cảm giác chung	77	77	17	17	6	6

--	--	--	--	--	--	--

(nguồn: phòng hành chính khách sạn)

Qua bảng trên ta rút ra nhận xét:

Sự tiện nghi được đánh giá là khá cao trong đó có 70% khách hàng cho rằng tiện nghi trong khách sạn là tốt, nhưng bên cạnh đó vẫn còn 8% khách hàng cho rằng sự tiện nghi là chưa tốt mà sự biểu hiện của nó là sự tiện nghi và hiện đại. Đây chính là vấn đề mà khách sạn quan tâm và từng bước hoàn thiện, bởi cơ sở vật chất tốt là điều kiện để đánh giá và xếp hạng sao của khách sạn.

Sự sạch sẽ được đa số đánh giá là sạch chiếm 72% qua đó cho thấy mức độ sạch trong khách sạn được đánh giá là tốt bên cạnh đấy vẫn còn 8% số người cho rằng sự sạch sẽ là kém cho nên khách sạn phải quan tâm hơn nữa việc nâng cao chất lượng vệ sinh trong khách sạn. Sự chu đáo và quan hệ với khách hàng lần lượt là 68% và 65% chiếm tỉ lệ khá cao nhưng số lượng khách cho rằng hai chỉ tiêu nói trên ở mức trung bình còn khá cao lần lượt là 26% và 37% đây cũng là thực trạng chung của hệ thống khách sạn 3 sao ở Việt Nam, các nhân viên mặc dù rất thân thiện với khách nhưng họ chưa biết khai thác hết nhu cầu của khách chưa nắm bắt kịp thời tâm lý của khách do trình độ ngoại ngữ và giao tiếp chưa cao nên đôi khi gây phiền cho khách. Sự chu đáo và quan hệ với khách tạo nên nét văn hoá riêng của mỗi khách sạn, đây là yếu tố lôi cuốn khách hàng và để lại ấn tượng sâu sắc nhất bởi sau khi tiêu dùng xong các sản phẩm dịch vụ trong khách sạn, khách hàng không chỉ nhớ đến chất lượng các dịch vụ sản phẩm tốt đã được sử dụng mà còn nhớ đến sự hỏi han quan tâm chu đáo, nhiệt tình trong phục vụ của cán bộ công nhân viên trong khách sạn. Từ đó có thể khách hàng nhớ đến khách sạn và hứa hẹn sẽ quay lại lần sau nếu có dịp. Chỉ tiêu cảm giác chung, đây là một chỉ tiêu quan trọng đánh giá tổng hợp mức độ thoả mãn của khách hàng về chất lượng dịch vụ, qua bảng trên ta thấy có 77% khách hàng cho rằng chỉ tiêu này đạt mức tốt trong Khách sạn

Công Đoàn, là chỉ tiêu có số điểm cao nhất đáp ứng mức độ chông đợi tối đa của khách.

Qua những phân tích trên ta có thể thấy rằng chất lượng dịch vụ lưu trú tại Khách sạn Công Đoàn là đáp ứng được nhu cầu của khách, song nó vẫn chưa tạo được ấn tượng sâu đậm trong tâm trí khách hàng, mặt khác nhu cầu của khách ngày càng thay đổi và càng cao nên tổ buông nói riêng và toàn bộ Khách sạn Công Đoàn nói chung cần luôn luôn nghiên cứu tìm hiểu khách hàng và các yếu tố tác động đến chất lượng kinh doanh lưu trú để nâng cao hơn nữa chất lượng kinh doanh lưu trú để có thể đáp ứng được sự mong đợi của khách hàng.

2.4.4. Đánh giá của chuyên gia

Tính đến năm 2008 khách sạn đã hoạt động được 7 năm, các mặt về tổ chức và quản lý đã ổn định, tuy nhiên trong những năm chở lại đây khách sạn gặp phải nhiều khó khăn như ảnh hưởng của dịch bệnh và đặc biệt là cuộc đại khủng hoảng kinh tế thế giới nên lượt khách quốc tế đến Việt Nam giảm, mặt khác do khách sạn phải cạnh tranh gay gắt với những khách sạn khác nên lượng khách đến với khách sạn có chiều hướng tăng chậm lại, đặc biệt là năm 2008 so với 2007 lượng khách đến khách sạn còn giảm. Nhưng với sự quyết tâm, đoàn kết và nhất trí cao của toàn bộ cán bộ công nhân viên trong khách sạn, đặc biệt là sự nhạy bén trong điều hành của ban lãnh đạo khách sạn, sự cố gắng của toàn thể nhân viên trong khách sạn khách sạn đã hoàn thành được mọi chỉ tiêu đề ra và đạt tốc độ tăng trưởng bình quân qua các năm 2006 đến 2008 là 21,3% đây là một kết quả rất tốt trong tình hình khủng hoảng kinh tế như hiện nay, khách sạn luôn nộp nhân sách đúng với quy định. Chú trọng đầu tư nâng cấp các trang thiết bị để nâng cao chất lượng phục vụ khách. Đời sống cán bộ công nhân viên không ngừng được nâng cao, thu nhập hàng tháng của người lao động ngày một tăng, các quyền lợi của người lao động được thực hiện đầy đủ. Khách sạn đã được Tổng Liên Đoàn đánh

giá cao. Ngoài ra công ty còn tích cực tham gia các phong trào từ thiện, xã hội, công tác đền ơn đáp nghĩa...

Nhìn chung, qua tình hình xem xét và đánh giá như trên Đoàn Đánh Giá thấy rằng Khách sạn Công Đoàn Việt Nam đang cố gắng phấn đấu, uy tín ngày một nâng lên, theo tốc độ phát triển cũng như mức độ nâng cấp và mục tiêu của khách sạn thì tới năm 2010 Khách Sạn Công Đoàn Việt Nam sẽ được quyết định nâng cấp lên thành khách sạn 4 sao.

2.5.1. Những thành tựu về phát triển kinh doanh và thu hút khách

Qua những phân tích trên đây đối với khách sạn Công Đoàn Việt Nam ta có đánh giá chung như sau:

- Trong những năm qua khách sạn đã đạt những hiệu quả nhất định trong việc phát triển kinh doanh và thu hút khách. Tổng doanh thu của khách sạn tăng nhanh năm sau luôn cao hơn năm trước, khách sạn cũng hoàn thành nghĩa vụ đối với nhà nước, nộp ngân sách đầy đủ đúng quy định. Các dịch vụ kinh doanh của khách sạn ngày càng tạo được uy tín đối với khách hàng và đem lại doanh thu cũng như lợi nhuận cao cho khách sạn.

- Về cơ sở vật chất kỹ thuật Khách sạn đã chú trọng đầu tư nâng cấp các trang thiết bị để nâng cao chất lượng phục vụ khách, ngoài ra còn sửa chữa, bảo dưỡng định kỳ toàn bộ máy móc thiết bị của khách sạn. Nhằm đạt được tiêu chuẩn trở thành khách sạn 4 sao vào năm 2010.

- Đời sống của cán bộ công nhân viên không ngừng được cải thiện, thu nhập bình quân hàng tháng tăng. Các quyền lợi của người lao động cũng được thực hiện đầy đủ và được Tổng Liên Soàn đánh giá tốt.

Khách sạn Công Đoàn là một khách sạn đã đang và sẽ đứng vững với uy tín và vị trí của mình. Nhìn chung đối với mọi khách có quy mô vừa phải thì chính sách sản phẩm tương đối phù hợp và khách sạn đã thu hút được nhiều khách bởi chất lượng chủng loại sản phẩm và chiến lược dị biệt hóa sản phẩm đã tạo ra những sản phẩm độc đáo tượng trưng cho khách sạn. Đây cũng là yếu tố quan trọng trong việc xây dựng danh tiếng cho khách sạn...

2.5.2. Những hạn chế và tồn tại

Trong hoạt động quản lý kinh doanh khách sạn phụ thuộc chủ yếu vào cơ chế quản lý điều hành của công ty Du lịch Công Đoàn Việt Nam mà nổi bật ở hai khâu: Vốn và lao động bên cạnh đó khách sạn chưa tự tìm được nguồn khách và trang trải toàn bộ chi phí kinh doanh và hiệu quả kinh doanh của mình. Chính lý do này đã làm hạn chế tính năng động sáng tạo trong kinh doanh của khách sạn đặc biệt trong việc thu hút vốn.

Hoạt động kinh doanh trong cơ chế thị trường cạnh tranh kém do cơ sở vật chất kỹ thuật cũ không đáp ứng được nhu cầu trong giai đoạn này. Trong khi đó cơ sở liên doanh mới đưa vào hoạt động với cơ sở vật chất đầy đủ và hiện đại.

Đội ngũ cán bộ công nhân viên một số chấp hành quy chế chưa nghiêm, trình độ ngoại ngữ qua kiểm tra định kỳ tỷ lệ đạt theo quy định thấp, khả năng giao tiếp với khách yếu, trình độ chuyên môn về quy trình thao tác trong công việc phục vụ chưa đúng và yếu, nhiều nhân viên còn mắc nhiều lỗi tối thiểu. Trình độ quản lý của một số cán bộ còn thiếu về năng lực cũng như trách nhiệm...

Chương 3

MỘT SỐ GIẢI NHẪM NÂNG CAO CHẤT LƯỢNG DỊCH VỤ LƯU TRÚ TẠI KHÁCH SẠN

3.1. Xu hướng phát triển của hoạt động kinh doanh lưu trú ở Hà Nội

Tự do hoá thương mại, hợp tác hoá và cạnh tranh kinh tế toàn cầu là một xu thế tất yếu khách quan đang phát triển rất nhanh. Nước ta nói chung và ngành du lịch nói riêng đang phát triển theo xu thế đó và chấp nhận nó như một thực thể.

Với bối cảnh như vậy, ngành du lịch muốn tự khẳng định mình để tồn tại phát triển theo kịp các nước và tiến trình hoàn nhập kinh tế khu vực và quốc tế thì không còn cách nào khác phải tạo ra được sức mạnh, khả năng cạnh tranh của dịch vụ, hàng hoá trên trường quốc tế.

Ngành du lịch là ngành kinh tế xuất khẩu tại chỗ, lại có, những đặc thù phần lớn là trao đổi dịch vụ, đối tượng trao đổi hàng hoá dịch vụ ở rất xa, không có khả năng trao đổi theo phương pháp trực quan, vì thế nó ảnh hưởng không nhỏ đến tính cạnh tranh ở các lĩnh vực, góc độ khác nhau. Đó là các thủ tục hành chính về xuất nhập cảnh, chất lượng của hệ thống cơ sở hạ tầng xã hội, lòng mến khách và nếp sống văn minh của mọi người.

Tất cả những lý do trên đặt ra cho lĩnh vực cạnh tranh du lịch rất gay gắt, trách nhiệm không chỉ là của riêng ngành du lịch mà là trách nhiệm chung của các cấp các ngành và của toàn xã hội

Chúng ta đã bước vào thế kỷ XXI đã hội nhập với thế giới và đã ra nhập WTO. Trong hành trang của dân tộc tiến vào thế kỷ mới còn nhiều âu lo và suy nghĩ. Một thực tế không thể phủ nhận được là nước ta còn nghèo nàn và lạc hậu, do đó ngành du lịch nước ta cũng không thoát khỏi bối cảnh đó.

Nhưng kể từ sau khi nhờ vào đường lối đổi mới, mở cửa của Đảng và Nhà Nước, ngành du lịch Việt Nam cũng nhanh chóng hoà nhập vào sự phát triển chung. Năm 2006 ta đã đón 3.600.000 khách quốc tế năm 2007 các nước đón được 4.400.000 lượt khách đến Việt Nam, năm 2008.... Trong giai đoạn 2006-2010, du lịch Việt Nam phấn đấu đạt tỷ lệ tăng từ 10-20%/năm, đạt 5,5-6 triệu lượt khách quốc tế vào năm 2010, khách du lịch nội địa cũng tăng từ 15-2-%/năm, đạt 25 triệu lượt khách vào năm 2010, thu nhập du lịch năm 2010 đạt khoảng 4-5 tỷ USD gấp đôi năm 2005

Hà Nội là thủ đô của cả nước, đồng thời cũng là trung tâm giao lưu về kinh tế, chính trị, văn hoá khoa học kỹ thuật xã hội và là trung tâm du lịch lớn của cả nước. Hàng năm có hàng triệu lượt khách quốc tế đến Việt Nam để tham quan, du lịch, nghỉ ngơi, tìm hiểu về đất nước con người Việt Nam. Theo Sở Du Lịch Hà Nội, năm 2006 có khoảng 5,9 triệu lượt khách du lịch đến Hà Nội tăng 11% so với năm 2005, trong đó có 1,1 triệu khách quốc tế, lượng khách quốc tế đến từ các thị trường như: Đông Bắc á, Châu Âu, Bắc Mỹ tăng cao, đặc biệt là khách Trung Quốc đã có sự tăng mạnh sau một thời gian dài suy giảm. bên cạnh đó khách du lịch nội địa cũng tăng mạnh đây là một dấu hiệu đáng mừng cho ngành du lịch Hà Nội nói riêng và cả nước nói chung, công suất sử dụng buồng trung bình tại Hà Nội là rất cao trung bình đạt từ 73-75%.

Hiện nay, Sở Du Lịch Hà Nội đang rà soát lại dự báo lượng khách du lịch đến Hà Nội giai đoạn 2007-2010 để tìm lượng cung phòng khách sạn, phục vụ cho quy hoạch phát triển cơ sở hạ tầng thành phố đến năm 2010.

Bảng 3.1: dự báo khách du lịch đến Hà Nội giai đoạn 2007-2010

đơn vị: (nghìn người)

<i>Năm</i>	<i>2007</i>	<i>2008</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>
<i>Tổng số khách</i>	<i>7.400</i>	<i>7.900</i>	<i>8.450</i>	<i>9.000</i>

<i>khách quốc tế</i>	<i>1.600</i>	<i>1.700</i>	<i>1.850</i>	<i>2.000</i>
<i>Khách nội địa</i>	<i>5.800</i>	<i>6.200</i>	<i>6.600</i>	<i>7.000</i>
<i>Số ngày lưu trú Trung bình</i>	<i>5.8</i>	<i>6</i>	<i>6.2</i>	<i>6.4</i>
<i>Dự báo trung bình một khách chi tiêu mỗi ngày(USD)</i>	<i>160</i>	<i>170</i>	<i>180</i>	<i>200</i>

Nguồn: (viện nghiên cứu phát triển du lịch)

Đối với Hà Nội, lượng khách thuộc các đoạn ngoại giao và thương gia bao giờ cũng có nhu cầu lớn hơn rất nhiều so với các khách thông thường, do vậy thời gian nghỉ tại khách sạn bao giờ cũng đóng vai trò quan trọng trong toàn bộ chuyến đi du lịch của họ. Về mặt tâm lý các chuyên gia sẵn sàng trả giá cao để được phục vụ chu đáo, hiện nay Hà Nội đã có 8 khách sạn đạt tiêu chuẩn 5 sao và một số khách sạn đạt tiêu chuẩn 4 sao, nhưng số lượng phòng sang trọng từ 4-5 sao tại Hà Nội vẫn đang thiếu, hiện nay Hà Nội đã và đang cấp phép cho một số khách sạn 5 sao xây dựng để đáp ứng mọi nhu cầu tốt nhất phục vụ du khách về Thủ Đô công tác thăm quan và du lịch.

3.2. Một số giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú

Trước thực trạng chất lượng dịch vụ lưu trú như đã nêu ở chương 2. Để có giải pháp thích hợp nhất nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú tại khách sạn Công Đoàn Việt Nam, sau đây em xin trình bày giải pháp của mình theo các yếu tố có tác động ảnh hưởng cũng như là cơ sở để cấu thành lên chất lượng dịch vụ lưu trú là:

3.2.1. Hoàn thiện cơ sở vật chất kỹ thuật lưu trú

Một cơ sở vật chất kỹ thuật tốt bản thân nó đã là một dịch vụ tốt, hơn nữa nó còn giúp cho việc phục vụ của nhân viên tốt hơn, mặt khác cơ sở vật chất kỹ thuật là một nhân tố quan trọng, là cơ sở chính để phân chia hạng sao của khách sạn.

Khu vực lưu trú là khu vực phục vụ cho một nhu cầu thiết yếu của con người là nghỉ ngơi. Tuy nhiên đối tượng phục vụ ở đây là khách du lịch, do đó nhu cầu này của họ trong quá trình đi du lịch cũng rất khác so với nhu cầu thường ngày khi đi ra tại nơi cư trú thường xuyên của họ. Cũng là ngủ nhưng nếu đi ra tại nơi cư trú thường xuyên của họ thì theo các điều kiện và môi trường quen thuộc, nhưng nếu đi ra ở nơi du lịch (cụ thể là ở khách sạn) thì có nhiều mới lạ, do đó không chỉ đáp ứng nhu cầu sinh hoạt bình thường nữa mà nó còn đáp ứng nhu cầu tâm lý. Dịch vụ lưu trú có ý nghĩa rất quan trọng trong chuyến du lịch của khách, mà chất lượng của cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ lưu trú của khách sạn với những trang thiết bị trong nó là một bộ phận cấu thành quan trọng của dịch vụ lưu trú.

Do đó nếu cơ sở vật chất kỹ thuật của bộ phận lưu trú được xây dựng thiết kế để đảm bảo chất lượng đồng bộ tiện nghi đáp ứng tốt nhất mọi nhu cầu của khách là đã nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú.

Vì vậy khi thay thế hoặc bảo dưỡng các trang thiết bị trong phòng nên trang bị đồng bộ cho các loại phòng, cần lưu ý các trang thiết bị này phải phù hợp các tiêu chuẩn sau:

Tiêu chuẩn trang thiết bị: việc đầu tư về số lượng các trang thiết bị cần thiết thì cần chú ý kiểu dáng chủng loại các trang thiết bị sao cho phù hợp

Tiêu chuẩn thay thế: một trang thiết bị danh hoạt động tốt cũng có thể bị khách hàng đánh giá kém, bởi lẽ trang thiết bị đó đã lỗi thời. Vì vậy tiêu chuẩn về “mốt” các trang thiết bị cũng cần được quan tâm

Tiêu chuẩn về bảo dưỡng: khách hàng dù dễ tính đến mấy cũng dễ dàng nhận ra rằng các trang thiết bị trong khách sạn không ở trạng thái hoạt động tốt. Chẳng hạn bồn tắm, bồn rửa mặt có vết bẩn, các ổ cắm điện được lắp đặt không đúng quy cách.

Tiêu chuẩn vệ sinh an toàn: thường xuyên kiểm tra công tác vệ sinh và đảm bảo an toàn khách sạn, điều này sẽ tạo cảm giác thoải mái cho khách khi bước chân vào khách sạn

Trong kinh doanh khách sạn thì chất lượng dịch vụ là một tiêu thức rất quan trọng để xếp hạng. hiện tại sự cạnh tranh ngày càng gay gắt trên thị trường và nhu cầu ngày càng tăng của khách, thì công tác hoàn thiện và nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú của khách sạn đã được ban giám đốc đánh giá là công cụ hữu hiệu trong việc thu hút khách.

3.2.2. Nâng cao chất lượng đội ngũ lao động trong kinh doanh lưu trú

Để cho khách sạn hoạt động ngày một tốt hơn hàng năm khách sạn thường trích ra 5% tổng doanh thu toàn khách sạn, tương đương với trên dưới 1 tỷ đồng cho công tác nâng cao chất lượng đội ngũ lao động toàn khách sạn.

Trong khách sạn muốn nâng cao chất lượng phục vụ là phải tạo cho nhân viên thích ứng với cơ chế thị trường, luôn luôn coi khách hàng là “thượng đế”. Muốn vậy trước mắt khách sạn phải đào tạo đội ngũ cán bộ công nhân viên nhất là đối với nhân viên ở các bộ phận buồng và lễ tân, trang bị cho nhân viên những kiến thức mới với những kỹ năng phục vụ và kỹ năng giao tiếp phục vụ, nhất là ngoại ngữ bởi đây là hai bộ phận thường xuyên tiếp xúc với khách hàng, không chỉ là khách trong nước mà cả khách nước ngoài đồng thời chất lượng dịch vụ lưu trú của khách sạn được đánh giá là tốt hay không phụ thuộc rất lớn vào hai bộ phận trên.

Khách sạn Công Đoàn Việt Nam cần thường xuyên tổ chức đào tạo và đào tạo lại cán bộ nhân viên về mặt chuyên môn nghiệp vụ, ngoại ngữ theo hình thức đào tạo tại chỗ thông qua trao đổi thử làm trong thực tế dưới sự hướng dẫn của những giảng viên được mời về giảng dạy hay dưới sự chỉ bảo của những nhân viên có kinh nghiệm trong khách sạn hoặc được gửi đi học tập ở những đơn vị khác để

ngày càng nâng cao chất lượng phục vụ khách. Bên cạnh đó kết hợp với tuyển dụng theo tiêu chuẩn và khuyến khích mọi người tự học, tìm hiểu để tự mình cũng có thể nâng cao trình độ và nghiệp vụ.

Đối với nhân viên trong bộ phận lưu trú cần được đào tạo lại theo đúng chuyên, môn nghiệp vụ, thường xuyên mời các chuyên gia cao cấp, giáo viên nhiều hình nghiệm giảng dạy và được tham gia các khoá học bồi dưỡng nâng cao nghiệp vụ chuyên môn do sở du lịch tổ chức. Ngoài trình độ nghiệp vụ, trình độ ngoại ngữ, các nhân viên phải có phong cách phục vụ nhanh gọn nhiệt tình tuyệt đối không để khách chờ lâu. Trang phục của nhân viên phải đồng bộ, gọn gàng sạch sẽ phù hợp với công việc và phải đeo phù hiệu của khách sạn.

3.2.3. Đa dạng hoá sản phẩm lưu trú

Điều quyết định trong kinh doanh khách sạn là việc bán được tối đa các sản phẩm dịch vụ hay nói cách khác là khai thác hết những khả năng hiện có, đem đến cho khách hàng sự thoải mái và hài lòng với các dịch vụ mà khách sạn mang đến cho họ, lấp đi trong suy nghĩ những so sánh mà các dịch vụ khác khách sạn còn thiếu. Muốn làm được như vậy đòi hỏi khách sạn phải sử dụng tối đa lợi thế các dịch vụ hiện có, đồng thời nghiên cứu xác định các nhu cầu biến đổi của khách để có phương hướng mở rộng quy mô dịch vụ, đáp ứng nhu cầu đa dạng của khách.

Do phần lớn khách du lịch ở Khách sạn Công Đoàn chủ yếu là khách công vụ và khách thương gia sang kinh doanh và làm việc, khách du lịch đến từ Trung Quốc, Pháp...vì vậy Khách sạn Công Đoàn có thể khai thác được khả năng chi tiêu của khách bằng cách củng cố những dịch vụ đã có và tăng cường tổ chức những dịch vụ mới như đặt vé máy bay, tàu, gia hạn VISA cho khách...làm cho sản phẩm của khách sạn ngày càng phong phú và đa dạng, có thể ngoài các sản phẩm đã có trong phòng, khách sạn cũng phải tìm hiểu nhu cầu của đối tượng khách. Vì khách chủ yếu sang làm ăn, công tác và du lịch nên cần phải trang bị cho mỗi phòng các máy điều hoà, máy vi tính...và bố trí các trang thiết bị sao cho đồng bộ, hài hoà đáp ứng

được tiêu chuẩn. Ngoài ra cần thiết kế và bố trí hợp lý các bồn hoa, cây cảnh để tạo không gian xanh, tạo cảm giác không khí trong lành, thư giãn cho khách trong khi nghỉ ngơi. Đáp ứng được nhu cầu của khách không chỉ thu hút khách du lịch mà còn góp phần làm tăng doanh thu, tăng lợi nhuận và đủ sức cạnh tranh trên thương trường.

3.2.4. Vấn đề tổ chức quản lý

Khi nhân viên đã được tuyển dụng vào làm việc cho khách sạn, nhà quản trị các cấp phải có trách nhiệm giới thiệu họ với các đồng nghiệp, giới thiệu họ về các cơ sở, đặc điểm kinh doanh, lĩnh vực hoạt động, các chính sách nội quy, các yếu tố về điều kiện làm việc, thời gian ngày nghỉ và các chế độ khen thưởng, kỷ luật trong khách sạn...

Nhà quản trị cấp cơ sở phải bố trí nhân viên như thế nào để họ có thể làm việc tốt nhất, đúng khả năng của họ và phù hợp với thực trạng của khách sạn, đảm bảo phân công lao động đúng ngành, nghề trong quá trình bố trí công việc cho nhân viên phải khách quan, tế nhị tránh gây mất đoàn kết trong tập thể. Phân công trách nhiệm cho từng lao động cụ thể, đảm bảo tính hợp lý và hiệu quả.

Mô hình quản lý là tập hợp các mối quan hệ phụ thuộc lẫn nhau, là hình thức phân bổ các hoạt động quản lý theo các cấp khác nhau nhằm thực hiện các chức năng quản lý lao động tại các bộ phận đạt mục tiêu của khách sạn, mô hình quản lý tối ưu là mô hình đảm bảo các yêu cầu sau:

Số lượng các cấp quản lý lao động phải phù hợp với quy mô của khách sạn là mối quan hệ của các cấp quản lý phải dễ dàng không phức tạp.

Mô hình tổ chức quản lý lao động gọn nhẹ, đơn giản, phản ứng nhanh nhẹn với các tình huống.

Tính chính xác của thông tin tại các bộ phận, các thông tin phải đầy đủ, nhưng không được chồng chéo lên nhau tạo điều kiện thuận lợi cho công tác kiểm tra

Hiện nay trong các khách sạn, mô hình tổ chức lao động trực tuyến- chức năng được áp dụng nhiều nhất. Trong cơ cấu tổ chức này, người lãnh đạo được sự giúp đỡ của các bộ phận chức năng để chuẩn bị ra các quyết định hướng dẫn và kiểm tra. Người lãnh đạo chịu trách nhiệm mọi mặt về công việc và hoàn toàn có quyết định trong phạm vi khách sạn. Việc truyền mệnh lệnh vẫn theo tuyến quy định từ thấp tới cao. Người lãnh đạo ở các bộ phận chức năng không ra lệnh trực tiếp cho những người thừa hành tại các bộ phận sản xuất mà chỉ ra lệnh đối với những người quản lý cấp dưới tại các bộ phận để giải quyết việc tổ chức quản lý.

3.2.5. Quản lý chất lượng dịch vụ lưu trú

Xuất phát từ bản chất của dịch vụ du lịch, vấn đề quản lý chất lượng rất khó khăn, mỗi dịch vụ thường có nhiều nhân tố và lại là nhân tố dễ phát hiện hơn. Do quá trình sản xuất và tiêu dùng của dịch vụ xảy ra đồng thời nên công tác quản lý chất lượng dịch vụ lưu trú ở doanh nghiệp cũng phải tiến hành song song. Ngoài ra việc quản lý chất lượng phải thực hiện thường xuyên liên tục nhằm phát hiện và đánh giá thức chất chất lượng dịch vụ lưu trú ở khách sạn, từ đó mà có phương pháp nâng cao chất lượng phục vụ lưu trú cho phù hợp.

Cụ thể, công tác tổ chức quản lý chất lượng dịch vụ nói chung và dịch vụ lưu trú nói riêng tại Khách Sạn Công Đoàn diễn ra thường xuyên liên tục, hàng tháng tổ trưởng các bộ phận thu thập thông tin, giám sát công việc, ghi lại đánh giá các vấn đề phát sinh sau đó trình bày lên ban giám đốc giải quyết. Trên cơ sở đó khách sạn lựa chọn mức độ phù hợp với khách hàng mục tiêu của mình, đồng thời xác định phương hướng, lập kế hoạch nâng cao chất lượng dịch vụ để thoả mãn các khách hàng mục tiêu và khách hàng tiềm năng.

Bởi trên thực tế hiện nay thì công tác quản lý chất lượng dịch vụ lưu trú tại Khách sạn Công Đoàn Việt Nam còn mang nhiều yếu tố khách quan: khách sạn chưa chú trọng đến việc thu thập thông tin từ phía khách hàng, chưa có những cuộc điều tra, phỏng vấn khách hàng một cách có hệ thống mà chỉ thực hiện ở mức độ đơn giản: lễ tân trao đổi với khách và hỏi một số vấn đề chất lượng dịch vụ và cũng như chất lượng dịch vụ hoặc cho khách tự góp ý, những ý kiến của khách hàng mà khách sạn thu thập được chưa phong phú, mang tính khách quan. Như vậy việc quản lý chất lượng dịch vụ lưu trú tại khách sạn có nhiều mảng thông tin từ phía khách hàng, mức chất lượng dịch vụ lưu trú mà khách sạn đưa ra chủ yếu dựa yếu tố mà khách sạn có, trong khi đó khách hàng là người phán xét chất lượng chính thức duy nhất.

Bên cạnh đó, mặc dù có nhiều khó khăn về vốn nhưng khách sạn cần chú trọng đến việc nâng cấp cơ sở vật chất, kỹ thuật cải tiến các điều kiện làm việc cho đội ngũ lao động. Tuy nhiên quản lý chỉ tiêu này đòi hỏi phải có chỉ tiêu cụ thể, chính xác đồng thời phải phù hợp. Số lượng và chủng loại sản phẩm cần phải được xác định sao cho vừa đáp ứng được nhu cầu của khách vừa tiết kiệm được chi phí đạt hiệu quả kinh doanh.

Để hoàn thành và nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ lưu trú, khách sạn cần dựa vào tiềm năng vốn có của mình, đầu tư theo hướng mở rộng số lượng, chủng loại thoả mãn nhu cầu thực sự của khách, đem lại cho khách một cảm nhận đặc biệt khi khách nghỉ tại khách sạn. Đây sẽ là một yếu tố tạo nên sự hấp dẫn và thu hút khách, đồng thời cũng là yếu tố tác động tích cực đến hoạt động kinh doanh của khách sạn.

3.3. Các kiến nghị nhằm tạo điều kiện nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ lưu trú tại Khách Sạn Công Đoàn

3.3.1. Hoàn thiện cơ cấu bộ máy quản lý của khách sạn

Công tác hoàn thiện cơ cấu bộ máy quản lý khách sạn có vai trò rất quan trọng, bởi nếu chúng không được chú trọng thì bộ máy quản lý của khách sạn sẽ công kênh, trống chèo, không phân công được rõ ràng chức năng nhiệm vụ của mỗi bộ phận từ đó có thể xảy ra tình trạng bộ phận này chông chờ bộ phận kia làm và bộ phận kia cũng lại chông chờ bộ phận khác... từ đó làm cho công tác quản lý chất lượng cũng bị thả nổi, nếu không chấn chỉnh kịp thời thì nó sẽ làm cho chất lượng dịch vụ của khách sạn ngày càng đi xuống và khó có thể cạnh tranh được với các khách sạn khác trong cùng khu vực

Thực tế bộ máy quản lý của Khách Sạn Công Đoàn còn khá công kênh, chông chèo dẫn đến việc quản lý chất lượng trong khách sạn gặp nhiều khó khăn, đặc biệt là công tác thu thập thông tin từ phía khách hàng còn nhiều hạn chế. Vậy nên khách sạn cần xây dựng bộ máy nhân sự thật gọn nhẹ, linh hoạt, cơ động và có sự tương trợ lẫn nhau, phải phân công rõ trách nhiệm, quyền hạn của từng bộ phận để có những đánh giá chính xác về trình độ năng lực của từng bộ phận, từng nhân viên tạo điều kiện để nâng cao trình độ của đội ngũ lao động và chất lượng sản phẩm.

Thường xuyên theo dõi giám sát, họp định kỳ hàng tuần, hàng tháng nhằm thu thập thông tin khách quan chất lượng dịch vụ trong khách sạn và năng lực của từng bộ phận từ đó kịp thời xử lý những thông tin phản hồi, kiến nghị của khách về khả năng thoả mãn nhu cầu của khách về số lượng, chủng loại, chất lượng dịch vụ ra sao, điều tra sự thoả mãn nhu cầu của khách bằng các phiếu điều tra, hỏi trực tiếp hoặc quan sát...sau đó thu thập xử lý đưa ra kết luận chính xác. Công việc này từ trước tới nay chưa được chú trọng lắm, điều này là bất cập bởi muốn biết chất

lượng dịch vụ cung cấp thế nào thì phải thông qua đánh giá chất lượng dịch vụ một cách khách quan và chính xác nhất.

3.3.2. Hoàn thiện công tác nhân sự và đãi ngộ nhân sự

Nhìn chung đội ngũ nhân sự trong Khách Sạn Công Đoàn là đáp ứng được tiêu chuẩn của khách sạn ba sao, xong muốn nâng cao chất lượng dịch vụ trong khách sạn nói chung và dịch vụ lưu trú nói riêng thì việc nâng cao chất lượng đội ngũ lao động đóng vai trò vô cùng quan trọng. Mặc dù khách sạn đã chú trọng đến công tác tuyển dụng, đào tạo nâng cao tay nghề cho nhân viên trong khách sạn, nhưng qua thực tế thực tập ở khách sạn em nhận thấy còn nhiều bất cập như: đội ngũ nhân viên trong khách sạn về trình độ ngoại ngữ và khả năng giao tiếp, nắm bắt tâm lý khách hàng còn chưa tốt đặc biệt là trình độ ngoại ngữ còn yếu, vậy khách sạn nên chú trọng hơn nữa đến việc tuyển dụng những nhân viên có tay nghề cao và phải có trình độ ngoại ngữ đạt tiêu chuẩn, còn với những nhân viên đã làm việc trong khách sạn thì phải thường xuyên đào tạo lại để nâng cao tay nghề nghiệp vụ và thích ứng được những thay đổi đang diễn ra mạnh mẽ trong ngành công nghiệp khách sạn.

Bên cạnh công tác nhân sự thì công tác đãi ngộ nhân sự cũng đóng vai trò quan trọng nhân viên chỉ an tâm làm việc khi những quyền lợi của họ được đảm bảo như tiền lương, bảo hiểm xã hội...hơn nữa khách sạn phải tạo cho cán bộ công nhân viên môi trường làm việc thông thoáng, có tính cạnh tranh cao và cơ hội thăng tiến cho người có năng lực, tạo cho nhân viên có ý thức, trách nhiệm tuân thủ kỷ luật, kỷ cương trong khách sạn. Kết hợp với đó là các biện pháp khuyến khích bằng kinh tế kích thích người lao động làm việc đạt năng suất và chất lượng cao, chế độ thưởng phạt phải công minh, loại bỏ những người không đủ khả năng, đồng thời tạo cho người có năng lực có nhiều cơ hội hơn.

Thực hiện các quy định lên lương, thi tay nghề để nâng lương cho công nhân kỹ thuật xây dựng các hệ số lương trách nhiệm hợp lý đảm bảo bù đắp chi phí, và đảm bảo công bằng cho người lao động.

Mặc dù đã có những nỗ lực nhất định nhưng có thể thấy rõ rằng điều kiện của nhân viên lao động trong khách sạn chưa tốt, điều này ảnh hưởng đến kết quả kinh doanh của khách sạn, thời gian tới khách sạn cần cải thiện điều kiện lao động trên các mặt: đảm bảo trang phục đồng bộ, đẹp, vệ sinh và bền. đảm bảo các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn lao động.

Về công tác tiền lương, do khách sạn là một doanh nghiệp nhà nước nên chính sách trả lương vẫn trả lương theo hệ số. Chính sách này có mặt tích cực vì nó khuyến khích cán bộ lâu năm ở khách sạn. Nhưng nó bộc lộ rõ nhược điểm của cơ chế thị trường. Cạnh tranh gay gắt đòi hỏi khách sạn phải nâng cao chất lượng dịch vụ, chất lượng nhân viên. Do đặc điểm của ngành kinh doanh khách sạn, lực lượng trẻ đóng vai trò chủ chốt, trong thực tế những nhân viên mới, mặc dù có trình độ nhưng vẫn không được hưởng lương cao. Để khắc phục tình trạng khách sạn đảm bảo mức lương cao cho những nhân viên trẻ, làm việc hiệu quả bằng hình thức thưởng đột xuất hoặc tính lương theo doanh thu để khuyến khích nhân viên làm việc hiệu quả hơn.

Để tăng sự gắn bó giữa nhân viên với khách sạn, khách sạn cần quan tâm hơn nữa tới đời sống tinh thần, vật chất của nhân viên như tổ chức thăm hỏi khi ốm đau, thăm gia đình nhân viên khi có việc, có phần thưởng cho con cán nhân viên trong khách sạn đạt học sinh tiên tiến, học sinh giỏi hàng năm, tổ chức đi thăm quan du lịch cho nhân viên định kỳ hàng năm để cho nhân viên cảm thấy được coi trọng, phần khởi tăng thêm lòng nhiệt tình yêu nghề trong mỗi người, khuyến khích họ làm việc và đóng góp nhiều hơn cho khách sạn.

3.3.3. Chú trọng công tác thu hút khách

Trên thực tế khách của Khách Sạn Công Đoàn thường là khách doanh nhân đi công tác, đây là loại khách có khả năng trả và sử dụng nhiều dịch vụ cao, hơn nữa họ cũng yêu cầu về chất lượng rất cao nên muốn thu hút khách và giữ chân khách lâu hơn thì khách sạn phải nâng cao chất lượng dịch vụ và đa dạng hoá các sản phẩm dịch vụ, mặt khác khách sạn cũng cần thu hút thêm nguồn khách là khách du lịch đi theo đoàn hoặc đi lẻ, đây là loại khách sẽ tăng lên rất mạnh tại Việt Nam, khách sạn không nên chỉ khai thác và thu hút khách tại các thị trường quen thuộc mà phải mở rộng thị trường để thu hút được nhiều khách hơn ngoài những thị trường truyền thống, khách sạn phải nghiên cứu những thị trường tiềm năng. Qua các số liệu về cơ cấu khách ta nhận thấy số lượng khách quốc tế là rất lớn so với khách nội địa, mà thị trường khách nội địa tăng lên rất nhanh do đời sống vật chất của người dân được nâng lên, do đó khách sạn nên tập trung thu hút và khai thác tốt khách nội địa để nâng cao hơn nữa tỷ trọng khách nội địa trong khách sạn.

Để làm được những điều trên em xin đưa ra một số kiến nghị nhằm tăng cường thu hút khách đó là: nghiên cứu thị trường, xác định thị trường tiềm năng. Xây dựng chiến lược kinh doanh và chiến lược Marketing cụ thể. Đa dạng hoá sản phẩm. Nâng cao chất lượng dịch vụ. Nâng cao sức cạnh tranh và nghiên cứu đối thủ cạnh tranh. Có chính sách giá hoa hồng đối với từng đối tượng khách. Tăng cường việc mở rộng việc liên doanh liên kết với các đại lý du lịch. Xúc tiến quảng bá về khách sạn nhiều hơn nữa. Đảm bảo quản lý chất lượng dịch vụ lưu trú.

KẾT LUẬN

Trong nền kinh tế cạnh tranh như hiện nay, doanh nghiệp muốn tồn tại không còn cách nào khác là phải lựa chọn cho mình một đường đi hợp lý. Vì vậy mỗi doanh nghiệp cần xác lập và củng cố vị trí của mình trên thị trường không chỉ bằng các chiến lược kinh doanh mà bằng cả các chiến lược sản phẩm cũng như chất lượng sản phẩm. Trong kinh doanh khách sạn nói riêng thì việc tạo được uy tín thu hút khách hàng mới và giữ khách hàng cũ là điều quyết định đến sự tăng trưởng và phát triển của công ty. Đối với một khách sạn thì dịch vụ chính là dịch vụ lưu trú vì vậy việc nâng cao chất lượng dịch vụ lưu trú là điều hết sức quan trọng giúp doanh nghiệp có thể cạnh tranh được với các đối thủ khác cũng như nâng cao được hiệu quả kinh doanh.

Khách sạn Công Đoàn Việt Nam tuy mới được thành lập nhưng đã kịp hoà mình vào xu thế phát triển của ngành kinh doanh khách sạn Việt Nam và cũng đã chứng tỏ được uy thế của khách một khách sạn 3 sao qua kết quả kinh doanh của mình. Tuy nhiên trong điều kiện cạnh tranh gay gắt ngày nay mặc dù khách sạn có được thuận lợi là ban lãnh đạo lâu năm dày dặn kinh nghiệm và có mối quan hệ tốt, rộng rãi nhưng việc khách sạn có thoả mãn được nhu cầu của khách hay không và thoả mãn như thế nào thì lại tùy thuộc vào chất lượng của dịch vụ trong khách sạn mà trong đó dịch vụ lưu trú chiếm phần quyết định. Chính vì vậy khách sạn cần phải thường xuyên quan tâm tới việc nâng cao hơn nữa chất lượng dịch vụ nhằm nâng cao lợi nhuận và lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp trên thương trường.

Với việc nghiên cứu đề tài này em đã mạnh dạn đưa ra những quan điểm, ý kiến đóng góp của mình. Em hy vọng bài luận văn của em sẽ góp phần nhỏ bé giúp cho Khách sạn Công Đoàn ngày một thu hút khách hàng hơn nữa qua đó làm khách sạn luôn tăng trưởng và phát triển ổn định hơn.

Cuối cùng, một lần nữa em xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ chỉ bảo tận tình của thầy Nguyễn Quang Vĩnh, cùng ban lãnh đạo trong khách sạn đã giúp em hoàn thành bản luận văn này.