

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN	2
1. PHẦN I. BÁO CÁO TỔNG HỢP	3
1.1. Giới thiệu khái quát về doanh nghiệp.....	3
1.1.1. Quá trình hình thành và phát triển	3
1.1.2. Chức năng, nhiệm vụ, lĩnh vực hoạt động chủ yếu	4
1.1.3. Cơ cấu tổ chức quản lý kinh doanh	16
1.1.4. Thuận lợi, khó khăn và phương hướng phát triển trong thời gian tới	27
1.2. Thực trạng hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong thời gian qua	30
1.2.1. Môi trường kinh doanh của doanh nghiệp	31
1.2.2. Năng lực kinh doanh của doanh nghiệp	35
1.2.3. Tình hình thực hiện các hoạt động chủ yếu của doanh nghiệp	43
1.2.4. Đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp.....	48
1.2.5. Đánh giá thực trạng các hoạt động của doanh nghiệp	52
2. PHẦN II. BÁO CÁO CÁ NHÂN.....	63
2.1. Mô tả công việc thực tập hằng ngày.	63
2.2. Đánh giá Công việc của nhân viên phục vụ:	69
2.2.1 Ưu điểm	69
2.2.2 Nhược điểm	70
2.3. Phân tích, đánh giá những sai khác giữa lý thuyết và thực hành:.....	70
2.4. Phân tích kiến thức, kỹ năng, thái độ...đã được học tập.	71
2.5. Phân tích kiến thức, kỹ năng, thái độ nào của cá nhân cần được cải thiện, bổ sung.....	73
2.6. Kiến nghị với doanh nghiệp thực tập về quy trình, công việc... ..	73
2.7. Kiến nghị với bộ môn, Khoa, Nhà trường.....	74
PHẦN III. TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	75

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên em xin bày tỏ lòng biết ơn đến toàn thể thầy cô khoa Du lịch trường Đại học Nha Trang đã tận tình giảng dạy, giúp đỡ, hướng dẫn em trong thời gian qua, tạo nhiều điều kiện để em có thể tiếp cận được với môi trường thực tế thông qua đợt thực tập này.

Em xin chân thành cảm ơn Ban giám đốc khách sạn Liberty Central – Nha Trang đã tạo nhiều điều kiện thuận lợi trong suốt thời gian thực tập, giúp em tiếp thu, củng cố và nâng cao kiến thức lý thuyết cũng như thực hành từ những bài học thực tế. Đồng thời, em xin gửi lời cảm ơn đến các anh, chị ở khách sạn đã giúp đỡ, hỗ trợ và giải đáp những thắc mắc trong quá trình em thực tập.

Trong khoảng thời gian hai tháng tại khách sạn Liberty Central – Nha Trang, tuy thời gian thực tập ngắn nhưng em có cơ hội học hỏi, tiếp cận thực tế, đúc kết được nhiều kinh nghiệm. Trong quá trình thực tập và hoàn thiện bài báo cáo, không tránh khỏi thiếu sót và hạn chế nhất định, em mong nhận được sự góp ý, đánh giá của các Thầy cô giáo và các bạn để bài báo cáo được tốt hơn.

Sinh viên thực hiện

1. PHẦN I. BÁO CÁO TỔNG HỢP

1.1. Giới thiệu khái quát về doanh nghiệp

1.1.1. Quá trình hình thành và phát triển

Công ty cổ phần Khatoco – Liberty được thành lập năm 2007 với vốn điều lệ 100 tỷ đồng, đầu tư khách sạn Liberty Central – Nha Trang.

Cổ đông của Khatoco – Liberty gồm Tổng công ty Khánh Việt (Khatoco), Công ty cổ phần Sà Gòn Quê Hương, CBCNV Khatoco & Việt Khánh. Trong đó Việt Khánh chiếm 14% vốn điều lệ.

Khách sạn Liberty Central – Nha Trang đã đi vào hoạt động dịp 30/04/2015 và chính thức khánh thành, gắn biển 4 sao ngày 08/08/2015. Khách sạn được tọa lạc tại số 7 – 9 Biệt Thự, Thành phố Nha Trang.

Liberty Central – Nha Trang nằm trong chuỗi hệ thống khách sạn 4 sao thương hiệu Liberty, gồm 4 khách sạn trong đó 3 khách sạn còn lại tọa lạc tại các vị trí vàng của Thành phố Hồ Chí Minh gồm Liberty Central Sai Gon CityPoint, Liberty Central Sai Gon Riverside và Liverty Central Sai Gon Centre. Khách sạn được điều hành và quản lý bởi Công ty cổ phần quản lý khách sạn Odyssea, đơn vị quản lý chuỗi khách sạn tiếp tục phát triển kế hoạch 5 năm với mục tiêu mở rộng sự hiện diện của trên khắp lãnh thổ và tạo dựng chỗ đứng ở thị trường sôi động bậc nhất Việt Nam. Liberty Central Nha Trang được xem là bước đi tiên phong và mang tính chiến lược của kế hoạch.

Khách sạn 4 sao Liberty Central Nha Trang được xây dựng trên đất nền với diện tích 1.240,9m² với 20 tầng. Tất cả 227 phòng nghỉ tại Liberty Central Nha Trang là sự kết hợp giữa không gian kiến trúc mang đến sự thư giãn với bầu không khí ấm cúng và tầm nhìn bắt trọn cả đại dương. Ngoài ra khách sạn còn có 2 nhà hàng, 1 phòng chờ, 1 phòng hội nghị, bar cà phê, khu vực vui chơi, hồ bơi ngoài trời... được thiết kế sang trọng hiện đại bậc nhất đồng nhất với thương hiệu Liberty Central. Bên cạnh đó chất lượng dịch vụ và đội ngũ nhân viên chuyên nghiệp, có chuyên môn nghiệp vụ cao và đầy nhiệt huyết vẫn luôn là giá trị cốt lõi mà Odyssea cùng với

thương hiệu Liberty Central đã và đang xây dựng và sẽ tiếp tục được phát huy, giữ gìn ở Liberty Central Nha Trang.

Liberty Central Nha Trang vinh dự là địa điểm tổ chức hội nghị APEC vào năm 2017, khách sạn vẫn luôn được biết đến là một điểm dừng chân lý tưởng khi là khách sạn 4 sao duy nhất tại Nha Trang với khu vực Executive Lounge cao cấp. Ngoài ra, khách sạn còn mang lại khu vực bãi tắm riêng với khoảng cách chỉ vài bước chân cùng các tiện nghi hiện đại để du khách có thể tận hưởng một kì nghỉ nhẹ nhàng và thoải mái.

1.1.2. Chức năng, nhiệm vụ, lĩnh vực hoạt động chủ yếu

Chức năng

Khách sạn Liberty Central Nha Trang có 227 phòng nghỉ sang trọng, đầy đủ tiện nghi để phục vụ dịch vụ lưu trú cho du khách. Trải đều từ tầng 5 lên các tầng cao hơn với sự lựa chọn giữa giường đôi lớn hoặc hai giường đơn, phòng Deluxe phù hợp cho các khách hàng tìm kiếm một không gian yên tĩnh với mức giá hợp lý. Loại phòng này đi kèm với sự nhấn mạnh trong thiết kế nhằm tạo nên sự thoải mái tiện nghi cho khách hàng, cũng như tạo cơ hội cho khách được cô hội đón gió nhẹ nhàng của biển cả từ ngay khung cửa sổ của mình. Với các tiện ích có sẵn như:

- Truy cập internet không dây miễn phí
- Nước uống đóng chai miễn phí
- Máy điều hòa
- TV Màn hình LCD
- Két sắt
- Bàn làm việc
- Dịch vụ ủi quần áo
- Điện thoại IDD với kết nối trong nhà tắm
- Mini Bar
- Đồ dùng pha trà & Cà phê
- Đồ dùng nhà tắm



Hình 1. Phòng Deluxe (Nguồn: Trang chủ Liberty Central Nha Trang)

Dịch vụ ẩm thực tại Liberty Central Nha Trang cung cấp cho khách hàng nhiều sự lựa chọn từ hai nhà hàng của khách hàng, nhà hàng Central tại vị trí tầng lửng mang thực khách đến một hành trình tinh túy với các món Việt truyền thống và nền ẩm thực phương Tây được chế biến từ những nguyên liệu địa phương tươi ngon. Thiết kế không gian hiện đại với ánh sáng tự nhiên từ các khung cửa sổ trong suốt trải rộng từ trần đến chạm sàn nhà hàng tại nhà hàng Central Restaurant sẽ giúp trải nghiệm của du khách càng trở nên đặc biệt hơn. Ngoài ra nhà hàng The Bistro tại tầng trệt là nơi phù hợp để thư giãn nhẹ nhàng hoặc tổ chức một buổi tụ họp thân mật cùng gia đình và bạn bè thân thiết. Nơi đây mang lại những trải nghiệm khác nhau từ các loại thức uống hấp dẫn bên cạnh các món ăn đặc trưng và mẫu thực đơn tinh tế. Khu vực ngoài trời của The Bistro được mở cửa từ sáng sớm để thực khách có thể vừa nhâm nhi một tách cà phê vừa đón ánh nắng buổi sớm mai giữa con phố Tây tấp nập. Ngoài ra không khí buổi tối tại The Bistro cũng luôn được lấp đầy bởi sự sôi động từ các buổi biểu diễn nhạc sống, nhằm tạo nên những đêm đáng nhớ cho khách hàng.



Hình 2. Nhà hàng Central (Nguồn: Trang chủ Liberty Central Nha Trang)



Hình 3. Nhà hàng The Bistro (Nguồn: Trang chủ Liberty Central Nha Trang)



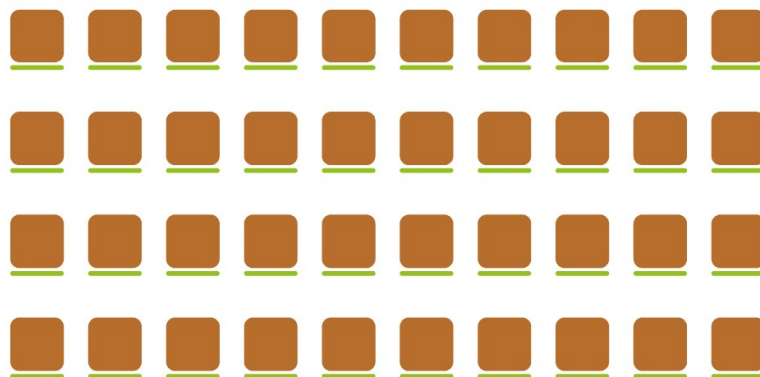
Hình 4. Thực đơn combo trưa của nhà hàng Central (Nguồn: Trang chủ Liberty Central Nha Trang)

Liberty Central Nha Trang cung cấp các dịch vụ hội nghị, hội thảo, tiệc cưới với nhiều loại phòng với sức chứa từ 50 đến hơn 400 khách đạt tiêu chuẩn quốc tế. Với Apollo tọa lạc ngay tại tầng một, phòng họp Apollo đi kèm với sự đầu tư tối ưu về trang thiết bị âm thanh, ánh sáng và internet chất lượng cao để tổ chức các sự kiện quan trọng của khách hàng như hội nghị, họp báo, các khóa học, đào tạo chuyên nghiệp, vv.. Với sảnh rộng rãi được thiết kế ngay bên ngoài để tiếp đón khách hoặc phục vụ buffet trưa, Apollo là sự lựa chọn lý tưởng cho những sự kiện với số lượng trong khoảng 450 khách.



Hình 5. Phòng họp Apollo (Nguồn: Trang chủ Liberty Central Nha Trang)

Theater



Hình 6. Sơ đồ cơ bản phòng họp Apollo (Nguồn: Trang chủ Liberty Central Nha Trang)



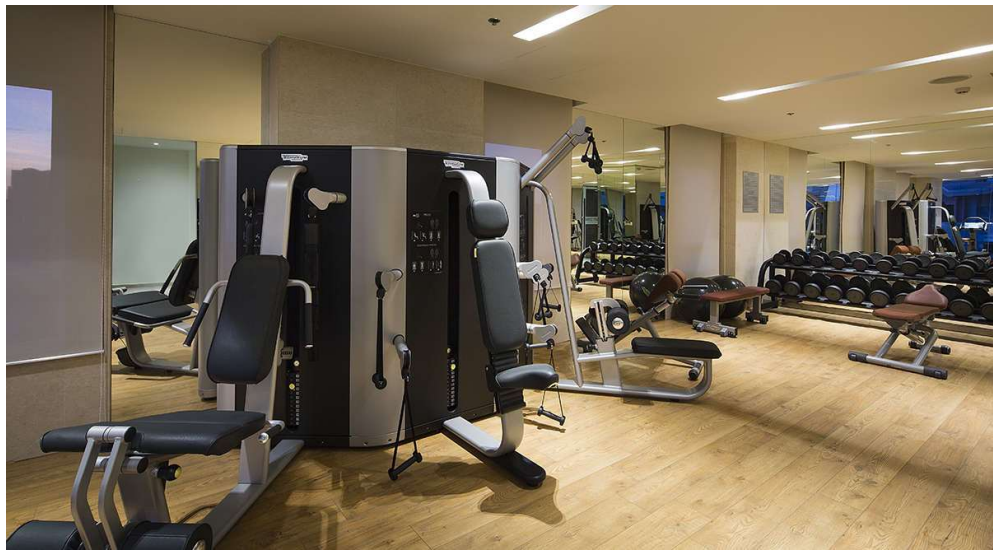
Hình 6. Phòng họp Apollo được setup bàn tiệc (Nguồn: Trang chủ Liberty Central Nha Trang)

Ngoài ra khách sạn Liberty Central Nha Trang còn cung cấp các dịch vụ bổ sung như giặt ủi, đặt vé máy bay, đổi ngoại tệ, cà phê, phòng tập thể dục,...

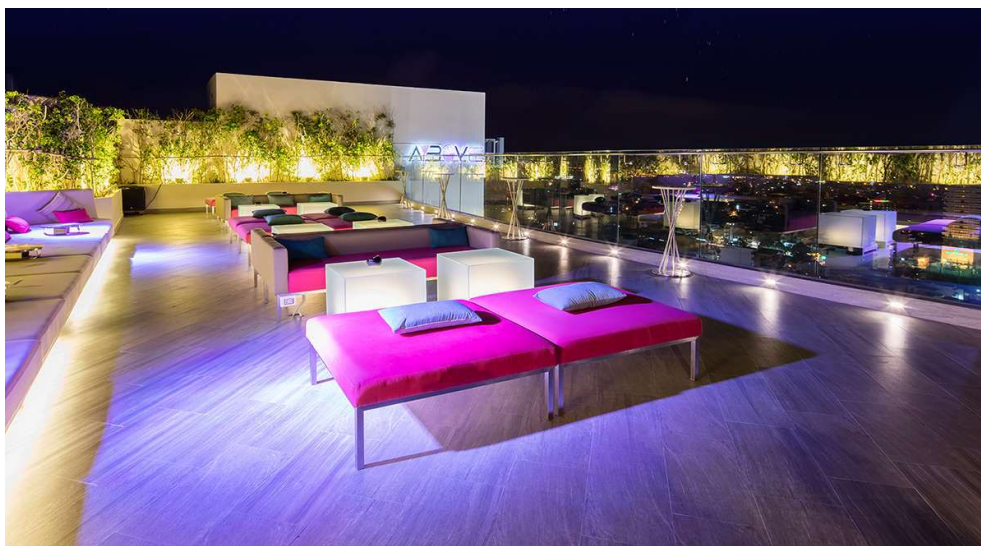
với đội ngũ nhân viên có nghiệp vụ cao luôn vui vẻ hòa đồng với khách hàng. Các tiện ích đáng chú ý đến như là Executive Lounge tại tầng 20 là khu vực ưu tiên cao cấp mà khách sạn dành riêng cho khách hàng lưu trú tại các loại phòng Executive, Signature Ocean View và Liberty Central Suite. Những quyền lợi nổi bật tại khu vực này bao gồm: đặc quyền sử dụng máy vi tính, dịch vụ dọn phòng buổi tối và đặc quyền trả phòng muộn cho đến 14:00 giờ hàng ngày (tùy vào tình trạng phòng thời điểm đó). Với không gian riêng tư cùng tầm nhìn về phía bờ biển, Executive Lounge là địa điểm lý tưởng với sự yên tĩnh cần thiết để làm việc hoặc đọc sách. Bên cạnh đó, phòng họp Venus cũng là một trong những tiện nghi không tính phí nổi trội của khu vực này, có thể sử dụng để làm việc cùng khách hàng hoặc các đối tác. Tại Executive Lounge, bữa sáng và tiệc trà chiều được phục vụ mỗi ngày, cùng với cocktail và các món ăn nhẹ được phục vụ mỗi tối từ 18:300 đến 20:30. Tại tầng 4 hồ bơi tại khách sạn mở ra không gian tràn ngập nắng mai và khung cảnh đẹp say đắm của đại dương Nha Trang. Các vị khách nhí cũng sẽ rất thích thú khi vui đắm trong khu vực bể bơi dành riêng cho mình ở cùng tầng. Phòng Gym tại đây dành riêng cho khách hàng lưu trú tại khách sạn, phòng gym của Liberty Central Nha Trang luôn được cập nhật với những trang thiết bị hiện đại và cần thiết để giúp khách hàng duy trì thói quen rèn luyện sức khỏe ngay cả khi đi công tác hoặc du lịch. Đặc biệt tại tầng 4 còn có dịch vụ Central Spa giúp khách hàng giảm bớt đi những căng thẳng hàng ngày. Với 10 phòng spa hiện đại, trải nghiệm thư giãn được mang đến bởi các liệu trình chăm sóc cơ thể truyền thống và hiện đại cũng như những gói mát xa ấn huyệt bàn chân. Các chuyên viên spa tại Liberty Central Nha Trang đều được đào tạo với sự tỉ mỉ và kỹ ưỡng với những tiêu chuẩn cao về dịch vụ để có thể đáp ứng mong đợi của khách hàng. Đi kèm với những chiếc giường thoải mái, khu vực bãi biển riêng của Liberty Central Nha Trang dành riêng cho khách hàng lưu trú tại khách sạn với mong muốn thư giãn tại bờ biển, tắm nắng hoặc đắm mình trong đại dương xanh.



Hình 7. Khu vực Executive Lounge (Nguồn: Trang chủ Liberty Central Nha Trang)



Hình 8. Phòng Gym (Nguồn: Trang chủ Liberty Central Nha Trang)



Hình 9. Sky Bar (Nguồn: Trang chủ Liberty Central Nha Trang)



Hình 10. Bãi tắm riêng của Liberty Central Nha Trang (Nguồn: Trang chủ Liberty Central Nha Trang)

Nhiệm vụ

Liberty Central Nha Trang không ngừng cải tiến, nâng cao chất lượng dịch vụ, chất lượng quản lý, phục vụ. Luôn tìm hiểu và đáp ứng kịp thời thị hiếu của khách hàng để có được chiến lược kinh doanh hợp lý nhằm đáp ứng một cách đầy đủ và tốt nhất với nhu cầu của khách hàng, từng bước trở

thành thương hiệu hàng đầu trong lĩnh vực kinh doanh lưu trú, nhà hàng tại Việt Nam.

Sử dụng nguồn vốn kinh doanh hợp lý cùng với cơ sở vật chất, nguồn nhân lực của khách sạn để tạo ra những giá trị gia tăng cho các cổ đông, thành viên và nhân viên của công ty.

Thực hiện các hoạt động kinh doanh phù hợp và đúng với quy định của Pháp luật Nhà nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam, thực hiện các nhiệm vụ và nghĩa vụ kinh tế đối với Nhà nước, chăm lo đời sống vật chất và tinh thần của toàn bộ cán bộ công nhân viên, đồng thời thực hiện việc bồi dưỡng, nâng cao trình độ của người lao động để phù hợp với môi trường chuyên nghiệp của khách sạn và đáp ứng nhu cầu của thị trường.

Tuân thủ và bám sát theo tầm nhìn và sứ mệnh, văn hóa doanh nghiệp, giá trị cốt lõi được đặt ra.

- Tầm nhìn:
 - Tiên phong trong cách tiếp cận mang tính chiến lược và đội ngũ chuyên môn đạt chuẩn quốc tế.
 - Là nhân tố đi đầu trong ngành quản lý khách sạn tại Việt Nam.
 - Truyền cảm hứng cho thế hệ quản lý khách sạn chuyên nghiệp mới tại Việt Nam.
- Sứ mệnh:
 - Mang đến những giá trị gia tăng cho cổ đông và thành viên.
 - Mang đến sự chuyên nghiệp và đẳng cấp quốc tế cho thương hiệu công ty.
 - Mang đến sự trải nghiệm hoàn hảo cho khách hàng.
- Văn hóa doanh nghiệp
 - Quan hệ với khách hàng: *Nông hậu, tin tưởng, trách nhiệm, lịch sự, trong sáng & linh động.*
 - Quan hệ đồng nghiệp: *Hỗ trợ, phối hợp, tôn trọng, giúp đỡ và gương mẫu.*

- Trong công việc: *Chuyên nghiệp, nhiệt tình, sáng tạo và không ngại khó khăn.*
- Giá trị cốt lõi
 - Sẵn sàng: *Chúng tôi sẵn lòng cống hiến để cung cấp những dịch vụ tốt nhất.*
 - Chu đáo: *Chúng tôi quan tâm đến từng chi tiết làm cho khách cảm thấy vui hơn và hài lòng hơn.*
 - Ấn tượng: *Chúng tôi cam kết cung cấp cho khách hàng những trải nghiệm đặc biệt.*
 - Lịch sự: *Chúng tôi thể hiện một phong cách lịch sự, tôn trọng và chuyên nghiệp trong việc cung cấp các dịch vụ.*

Lĩnh vực hoạt động chủ yếu

Khách sạn Liberty Central Nha Trang kinh doanh 21 lĩnh vực bao gồm:

1. Dịch vụ lưu trú ngắn: Kinh doanh dịch vụ khách sạn.
2. Điều hành tour du lịch: Du lịch lữ hành trong nước và quốc tế.
3. Du lịch lữ hành trong nước và quốc tế: Vận tải hành khách đường bộ khác (bao gồm cả vận tải khách du lịch và vận tải khách theo tuyến cố định).
4. Đại lý du lịch.
5. Hoạt động tư vấn quản lý – chi tiết: Tư vấn quản lý hoạt động kinh doanh nhà hàng, khách sạn.
6. Nhà hàng và các dịch vụ ăn uống phục vụ lưu động.
7. Cung cấp dịch vụ ăn uống theo hợp đồng không thường xuyên với khách hàng (Phục vụ tiệc, hội họp, đám cưới).
8. Dịch vụ tắm hơi, massage và các dịch vụ tăng cường sức khỏe tương tự (trừ hoạt động thể thao): Dịch vụ chăm sóc sắc đẹp (trừ dịch vụ xông hơi, xoa bóp và các dịch vụ gây chảy máu).
9. Bán lẻ hàng hóa khác mới trong các cửa hàng chuyên doanh: Bán hàng lưu niệm.

10. Hoạt động vui chơi giải trí khác.
11. Hoạt động thể thao: Dịch vụ du lịch lặn biển.
12. Dịch vụ làm tóc: Cắt tóc, làm đầu, gội đầu.
13. Buôn bán đồ uống: Bán buôn rượu, bia, đồ uống không cồn.
14. Bán lẻ đồ uống trong các cửa hàng chuyên doanh.
15. Bán buôn sản phẩm thuốc lá, thuốc láo.
16. Bán lẻ sản phẩm thuốc lá, thuốc láo trong các cửa hàng chuyên doanh.
17. Hoạt động dịch vụ hỗ trợ khác liên quan đến vận tải: Đại lý bán vé máy bay.
18. Vận tải hành khách ven biển và viễn dương.
19. Vận tải hành khách đường thủy nội địa.
20. Hoạt động dịch vụ tài chính khác (Trừ bảo hiểm và bảo hiểm xã hội): Đại lý đổi ngoại tệ.
21. Kinh doanh bất động sản, quyền sử dụng đất thuộc chủ sở hữu, chủ sử dụng hoặc đi thuê: Kinh doanh bất động sản, kinh doanh dịch vụ cho thuê văn phòng, nhà ở và nhà làm việc.

Trong đó nổi bật có các lĩnh vực:

- Kinh doanh lưu trú:

Khách sạn phục vụ chủ yếu khách đoàn, khách lẻ trong và ngoài nước. Công suất phòng đạt khoảng 85% - 88% lượng khách đoàn là chủ yếu.

Các loại phòng của khách sạn Liberty Central:

King Rooms: 94 phòng

Twin Rooms: 128 phòng

Suites: 5 phòng

- Kinh doanh dịch vụ ăn uống:

Khách sạn phục vụ buffet sáng, trưa, tối, phục vụ À La carte, các loại tiệc Set Menu, ngoài ra còn có cửa hàng café, sky bar và khu vực bar – nhà hàng dành cho khách VIP.

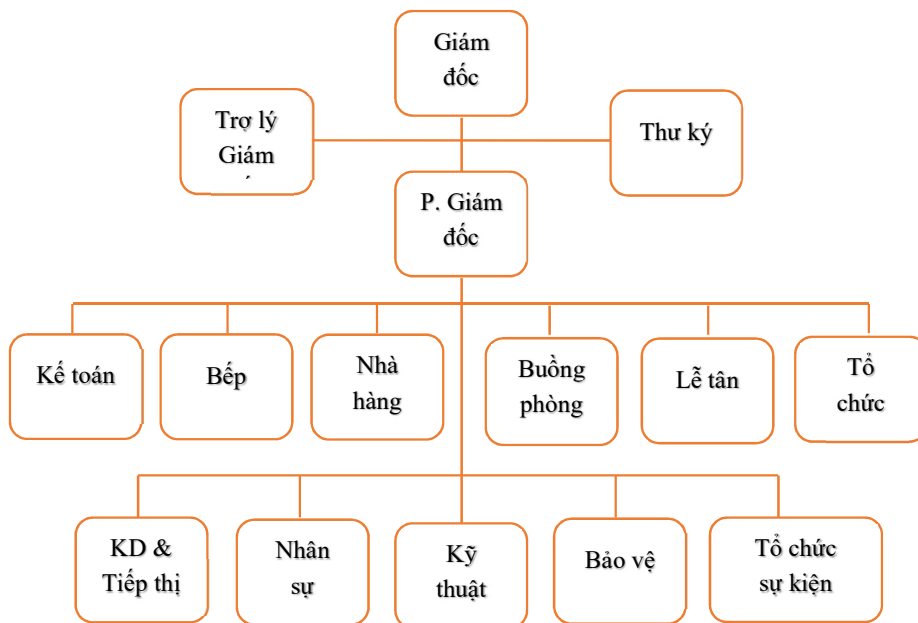
Cụ thể, khách sạn Liberty Central Nha Trang có 1 nhà hàng, 3 Bar, 1 Bistro Café, 7 sảnh phục vụ tiệc và hội nghị. Ngoài ra còn có một nhà hàng nằm ở tầng 20 chỉ sử dụng cho khách VIP.

- Các dịch vụ bổ sung khác:

Hồ bơi, Spa, Karaoke, Phòng tập Gym, Executive lounge, Above Sky Bar, tổ chức tiệc hội nghị, tiệc cưới, hỗ trợ Book tour...

Trong tất cả các dịch vụ thì kinh doanh lưu trú là hoạt động chính cơ bản và quan trọng nhất của khách sạn. Ngoài ra, xu hướng của khách sạn đó là mở rộng quy mô, tăng cường cơ sở vật chất kỹ thuật, vốn đầu tư để phát triển và tăng doanh thu của hoạt động kinh doanh ăn uống, các dịch vụ vui chơi giải trí, các dịch vụ bổ sung.

1.1.3. Cơ cấu tổ chức quản lý kinh doanh



Hình 11. Sơ đồ cơ cấu tổ chức các bộ phận chính

Các bộ phận trên có những chức năng như sau:

Giám đốc khách sạn: Chịu trách nhiệm quản lý toàn bộ khách sạn hoạt động một cách hiệu quả, lập kế hoạch kinh doanh, phối hợp các bộ phận trong khách sạn một cách đồng bộ có hệ thống, chỉ đạo công việc của phó giám đốc và các bộ phận khác trong khách sạn.

Phó giám đốc khách sạn: Thực thi kế hoạch công tác do giám đốc đề ra, thay mặt giám đốc giải quyết các công việc của các bộ phận, thực hiện các kế hoạch đào tạo, giải quyết khiếu nại của khách.

Trợ lý, thư ký: Trông coi và giải quyết những vướng mắc nhỏ, sắp xếp các công việc phù hợp với tiến trình hoạt động của công ty và báo cáo thường xuyên cho cấp trên.

Phòng Kế Toán: Quyết định các chiến lược về tài chính, tìm kiếm vốn và nguồn vốn cho khách sạn. Có các chức năng sau: lập chứng từ để chứng minh tính hợp lý của việc hình thành và sử dụng vốn kinh doanh trên cơ sở chứng từ, tổng hợp các loại chi phí phục vụ kinh doanh và tính toán riêng cho từng loại dịch vụ nhằm xác định kết quả kinh doanh của từng bộ phận và toàn khách sạn. Lập báo cáo tài chính, cân đối tài sản theo từng tháng, quý, năm. Phân tích sự biến động của tài sản để báo cáo lên Ban Giám đốc.

Phòng nhân sự: Thực hiện nhiệm vụ về công tác tổ chức cán bộ, ban hành các thể chế quản lý; điều hành quy chế làm việc, kỷ luật. Bộ phận nhân sự chịu trách nhiệm quản lý lực lượng lao động trong khách sạn, tuyển dụng lao động khi các bộ phận trong khách sạn có nhu cầu bổ sung thêm nguồn nhân lực.

Bộ phận tổ chức kinh doanh: Tham mưu cho Giám đốc về hoạt động kinh doanh và đề ra phương hướng, chiến lược kinh doanh, đề ra biện pháp khắc phục những nhược điểm và phát huy lợi thế trong kinh doanh.

Bộ phận lễ tân: Có chức năng như chiếc cầu nối giữa khách với các dịch vụ trong khách sạn, có nhiệm vụ tổ chức đón tiếp, làm thủ tục đăng ký phòng và trả phòng cho khách; kết hợp với các bộ phận dịch vụ khác có liên quan để đáp ứng các yêu cầu của khách.

Bộ phận nhà hàng: Tổ chức phục vụ khách đến ăn uống trong nhà hàng, phòng tiệc, hội nghị và phục vụ bên ngoài cho khách khi có yêu cầu. Tổ chức sắp xếp bàn ghế và phối hợp với phòng kỹ thuật để chuẩn bị cho các hội trường hoặc phòng họp theo hợp đồng đã ký kết.

Bộ phận buồng phòng: Có trách nhiệm làm vệ sinh phòng khách, các khu vực hành lang, cầu thang và tiền sảnh của khách sạn. Theo dõi tình hình sử dụng các trang thiết bị trong phòng ngủ, khu vực trong khối phòng ngủ. Báo cáo tình hình phòng của khách sạn cho lễ tân hàng ngày.

Bộ phận kỹ thuật: Theo dõi, bảo trì thường xuyên các trang thiết bị và sửa chữa các công cụ khi các bộ phận khác có yêu cầu. Thực hiện các khâu trang trí sân khấu, âm thanh cho hội trường để phục vụ cho các hội nghị, hội thảo do khách hàng hợp đồng.

Bộ phận bếp: Chịu trách nhiệm chế biến các món ăn theo thực đơn do khách yêu cầu hoặc theo thực đơn của nhà hàng đưa xuống, thực hiện các tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm.

Bộ phận bảo vệ: Có nhiệm vụ bảo vệ an ninh trật tự trong khách sạn cũng như bảo vệ tính mạng, tài sản của khách hàng và nhân viên.

Bộ phận tổ chức sự kiện: Chịu trách nhiệm tổ chức các chương trình sự kiện chính trong năm, lập kế hoạch tổ chức các sự kiện nhằm quảng bá hình ảnh của khách sạn, thu hút du khách đến với khách sạn nhiều hơn. Lên kế hoạch thực hiện các sự kiện, dự trù kinh phí, nguồn nhân lực, địa điểm..và những yếu tố liên quan đến với quá trình tổ chức sự kiện. Kết hợp và gửi bản kế hoạch thực hiện cho Tổng Giám đốc phê duyệt và gửi cho các bộ phận liên quan chuẩn bị các vấn đề liên quan đến sự kiện, thực hiện các quan hệ công chúng với báo chí, đài, truyền hình...ngoài ra còn thực hiện trang trí cho tiệc và hội nghị.

Bộ phận kinh doanh và tiếp thị: Thực hiện phụ trách mảng công tác của phòng kinh doanh, tiếp thị, nghiên cứu thị trường và các đối thủ cạnh tranh; làm công tác thống kê, phân tích, đánh giá hiệu quả kinh doanh.

Phân tích các bộ phận cơ bản của khách sạn: *Bộ phận Lễ Tân (Front Office - FO), bộ phận nhà hàng (Food and Beverage – F&B) và bộ phận buồng phòng (Housekeeping – HK).*

a) Bộ phận lễ tân

Trưởng bộ phận Lễ Tân (Front Office Manager):

- Là vị trí cao nhất của bộ phận Lễ tân, Chịu trách nhiệm với ban giám đốc về hoạt động của bộ phận tiền sảnh.
- Phân công lao động, bố trí ca trực, ngày nghỉ cho nhân viên, điều phối, đôn đốc kiểm tra giám sát, đánh giá kết quả làm việc của nhân viên trong bộ phận, tham gia tuyển chọn nhân viên, đào tạo nâng cao nghiệp vụ cho nhân viên.
- Tham gia vào các hoạt động của khách sạn, phối hợp tốt với các bộ phận để tăng doanh thu. Tham mưu cho ban giám đốc phòng kinh doanh tiếp thị đưa ra những chiến lược, chương trình kinh doanh có tính khả thi. Tính toán điều tiết phòng sao cho hợp lý, chuẩn bị và đón các khách, đoàn khách quan trọng.

Giám sát bộ phận Lễ Tân (Front Office Supervisor):

- Có tính chất công việc tương tự với FOM trong ca làm việc của mình, nhưng quyền hạn có phần bị hạn chế hơn, mọi công việc cần phải thông qua FOM trước khi thực hiện

Lễ tân (Receptionist):

Ca ngày:

- Nhận tin nhắn liên quan đến việc phục vụ khách cung cấp thông tin và giúp đỡ khách, kiểm tra và làm chìa khóa cho khách, tiếp đón và sắp xếp phòng hợp lý theo yêu cầu của khách. Kiểm tra và lưu trữ thông tin đến và lưu trú và đi của khách, làm thẻ đăng ký trước của khách VIP và khách thường xuyên, giải đáp những yêu cầu và thất vọng của khách, báo cáo những vấn đề trực tiếp những than phiền của khách với trưởng phó bộ phận tiền sảnh, nhận yêu

cầu báo thức chuyển cho bộ phận chức năng thực hiện, bán phòng và giới thiệu các dịch vụ cho khách và giúp đỡ khi khách check-out.

Ca đêm:

- Thực hiện công việc kết sổ hoặc tiếp nhận các chứng từ chuyển đến tiếp tân từ các bộ phận khác, tham gia giữ an ninh chung trong KS kiểm tra các cửa khóa, hiểu biết cụ thể các quy trình cài đặt các thiết bị của khách sạn và chỉ sử dụng chúng có mục đích an toàn.
- Bàn giao những việc đã làm và kết quả để ca ngày tiếp tục kiểm tra và xử lý, chuẩn bị bản báo cáo hoạt động ca đêm và thống kê tình trạng phòng mỗi ngày.
- Chuẩn bị các công việc cần thiết cho việc đón khách ngày hôm sau, duy trì sự phối hợp chặt chẽ với các bộ phận trong KS để hỗ trợ phục vụ khách đạt hiệu quả cao nhất.

Nhân viên quan hệ khách hàng (Guest Relation)

- Lưu trữ, cập nhật hồ sơ các thông tin cần thiết về khách hàng như: Tên, tuổi, số chứng minh thư.... Ngoài ra, còn phải nắm bắt và lưu giữ những thông tin khác như: ngày sinh nhật và lễ kỷ niệm hoặc một kỉ niệm đáng nhớ của khách hàng trong khoảng thời gian lưu trú.
- Hướng dẫn khách về phòng sau khi đã check-in, giới thiệu tiện nghi của KS và những dịch vụ trong KS cho khách trên đường đưa khách về phòng.
- Kiểm tra với trưởng ca tiếp tân về tình trạng phòng trong ngày nhanh chóng thực hiện các yêu cầu cho khách, kiểm tra danh sách khách đến và đi trong ngày để lên kế hoạch tiếp đón và xác nhận các yêu cầu của khách đã được đáp ứng.

Nhân viên đặt phòng/ tổng đài (Operator Staff)

- Nhận và chuyển các cuộc gọi đến và đi, nhận và lấy tin nhắn, kiểm tra và báo cáo doanh thu điện thoại, theo dõi tính phí các cuộc gọi của các phòng ban để tính phí cho phòng ban đó.
- Nhận và xử lý các yêu cầu đặt phòng bằng điện thoại, fax, email... gửi các xác nhận đặt phòng, trả lời cho khách về các thông tin dịch vụ trong KS các trang thiết bị, cung cấp cho khách các thông tin về những loại phòng.
- Hỗ trợ tăng hiệu quả công việc tối đa trong bộ phận. trả lời những khiếu nại liên quan đến đặt phòng và báo cáo vụ việc lên cấp trên, sắp xếp các đơn đặt phòng hợp lý khoa học, cập nhật các văn bản đến thay đổi thông tin đặt phòng, hủy phòng hay đặt cọc (nếu có) đảm bảo các văn bản phải lưu và gửi chính xác.
- Chuẩn bị các hồ sơ đặt phòng và danh sách khách VIP và các khách đoàn quan trọng...

Nhân viên Bảo vệ Hành Lý (Concierge)

- Đón và tiễn khách tại cổng khách sạn, mở cửa xe, mở cửa khách sạn, vận chuyển hành lý cho khách, chịu trách nhiệm về hành lý cho khách khi khách đang làm thủ tục check in và check out.
- Chuyển thư, fax, bưu phẩm, tin nhắn cho khách hàng.
- Tìm khách ở khu vực công cộng, đảm bảo an ninh, trật tự và an toàn tính mạng cho khách.

b) Bộ phận nhà hàng (Food & Berverage)

Restaurant Manager (Trưởng bộ phận nhà hàng)

- Xây dựng các quy trình, quy định, hướng dẫn nghiệp vụ áp dụng cho nhà hàng. Xây dựng các tiêu chuẩn về chất lượng món ăn, thức uống, phục vụ, vệ sinh...cho nhà hàng.
- Tổ chức, giám sát thực hiện theo các quy trình, hướng dẫn nghiệp vụ đã ban hành.

- Phối hợp với phòng kinh doanh tiếp thị xây dựng kế hoạch marketing và bán hàng cho nhà hàng và tổ chức theo kế hoạch đã được Giám đốc điều hành duyệt.
- Tổ chức các hoạt động khuyến mãi theo kế hoạch đã được duyệt. Trực tiếp ký hợp đồng với khách hàng sử dụng dịch vụ và tổ chức thực hiện.
- Chủ động tìm kiếm nguồn khách hàng cho nhà hàng. Tổ chức hệ thống đánh giá về khách hàng (các nhu cầu của khách, khiếu nại, sự thoả mãn) theo quy định của công ty và chuyển các thông tin về khách hàng cho phòng kinh doanh tiếp thị.
- Xây dựng bộ máy nhân sự đảm bảo các yêu cầu được giao, tổ chức việc đào tạo, phân công công việc, đánh giá nhân sự.
- Lập kế hoạch phân tích nhu cầu nhân sự và thông qua Giám đốc điều hành duyệt. Tổ chức triển khai, giám sát thực hiện chính sách nhân sự, nội quy của công ty.
- Phát triển đào tạo đội ngũ kế cận cho bộ khung quản lý của nhà hàng. Đảm bảo công tác an ninh trong nhà hàng đạt hiệu quả cao.
- Giải quyết các sự vụ phát sinh thuộc thẩm quyền....

Restaurant Supervisor (Giám sát bộ phận nhà hàng)

- Có nhiệm vụ, chức năng tương đối giống với trưởng bộ phận nhà hàng, thay mặt trưởng bộ phận nhà hàng giải quyết những công việc phát sinh khi trưởng bộ phận vắng mặt.

Restaurant Captain (Ca trưởng của bộ phận nhà hàng)

- Sắp xếp lịch làm việc và khu vực làm việc cho nhân viên, kiểm tra, giám sát tinh thần và thái độ làm việc của nhân viên trong ca làm việc.
- Chịu trách nhiệm hướng dẫn, đào tạo và kiểm tra các nhân viên phục vụ. Hướng dẫn và giúp đỡ nhân viên mới cho tới khi tiếp thu được công việc của bộ phận mình.

- Giải quyết những khiếu nại, các thắc mắc của khách hàng và nhân viên.
- Báo cáo trực tiếp với quản lý nhà hàng.

Hostess (Lễ tân nhà hàng)

- Thực hiện công việc chào, đón khách tới nhà hàng. Sắp xếp chỗ ngồi và hướng dẫn khách vào bàn.
- Hỗ trợ nhà hàng trong thời gian đông khách, giới thiệu món ăn, thức uống của nhà hàng, nhận order của khách.
- Nhận thông tin đặt bàn của khách đến trực tiếp. Soát vé và kiểm đếm số lượt khách trong ca làm việc để có thông tin giúp đỡ thu ngân và phục vụ.

Waiter/Waitress (Nhân viên phục vụ)

- Chuẩn bị các loại dụng cụ, set up bàn ăn trước giờ phục vụ.
- Thực hiện công việc chào đón khách vào bàn, trải khăn ăn cho khách, nhận order của khách (đối với À la carte), dọn dẹp những đĩa đồ ăn khách đã ăn xong và thực hiện set up lại bàn ăn (đối với tiệc buffet).
- Quan sát vị trí để thức ăn, dụng cụ (buffet line), khi thức ăn hoặc dụng cụ thiếu thì phải bổ sung ngay, tránh tình trạng khách phàn nàn vì không có thức ăn hoặc dụng cụ.
- Thực hiện Room service (mang thức ăn lên phòng cho khách/ và thu dọn, kiểm kê lại dụng cụ sau khi khách ăn xong).
- Thực hiện việc tặng đĩa trái cây/ hoa đối với các phòng VIP.
- Thực hiện chăm sóc khách hàng, đáp ứng những yêu cầu, câu hỏi của khách hàng. Nhận khiếu nại của khách hàng, giải quyết nhanh chóng trong phạm vi quyền hạn của mình, báo cáo với ca trưởng hoặc quản lý khi nằm ngoài phạm vi giải quyết.

Bartender (Nhân viên quầy Bar)

- Chuẩn bị các loại ly, dụng cụ, kiểm kê lại các loại nước cần phải có để phục vụ trong ca trực.
- Pha cà phê, những loại nước cần làm sẵn để phục vụ khách hàng.
- Set up buffet line (các loại nước miễn phí trong tiệc buffet) và châm nước/sữa/café... khi hết.
- Nhận order từ thu ngân và thực hiện pha chế các loại đồ uống mà khách yêu cầu.
- Dọn dẹp, kiểm kê quầy bar khi hết ca. Báo cáo lên quản lý tình hình trong kho để thực hiện nhập hàng/ xuất hàng.

Cashier (Nhân viên thu ngân)

- Kiểm tra toàn bộ quầy, xem xét sổ giao ban, xem xét các máy móc, các loại dụng cụ của thu ngân. Xem xét số lượng biểu mẫu cần dùng theo định mức để bổ sung kịp thời. Kiểm tra hoá đơn GTGT ca trước.
- Thực hiện quy trình thanh toán cho khách (tính giảm giá cho khách hàng nếu có thẻ VIP, coupon giảm giá). Yêu cầu Kiểm tra in đúng hóa đơn của từng bàn, chính xác.
- Nhận tiền, kiểm đếm thu tiền và thối tiền rõ ràng & chính xác, cất vào tủ theo từng loại tiền. Khi khách hàng trả bằng thẻ tín dụng, phải kiểm tra số thẻ tín dụng, chữ ký, cả thẻ chính xác.
- Kiểm tra chính xác thông tin ghi hoá đơn, theo dõi việc xuất hoá đơn và gửi hoá đơn cho khách trong sổ theo dõi hoá đơn, ghi số lượng hoá đơn đã xuất theo ca vào sổ theo dõi hoá đơn.
- Ghi các nội dung vướng mắc vào sổ giao ban cho ca sau. Kiểm đếm tiền và nộp cho người nhận theo biểu mẫu của khách sạn.

Banquet Captain (Ca trưởng bộ phận tổ chức tiệc/ hội nghị)

- Nhận thông báo về hình thức tiệc, ngày tổ chức, số người, yêu cầu từ chủ tiệc từ quản lý. Thực hiện việc chuẩn bị, set up.

- Dự tính số lượng dụng cụ, số lượng phát sinh để nhân viên chuẩn bị. Thực hiện training cho nhân viên về cách thức phục vụ tiệc, cách thức set up theo yêu cầu của quản lý.
- Sắp xếp ca và khu vực làm việc cho nhân viên.
- Phối hợp với bộ phận Bar, Bếp, Vệ sinh khu vực công cộng.... Để có thể tổ chức tốt nhất công việc của bộ phận
- Thực hiện phục vụ, giải quyết khiếu nại, yêu cầu của khách hàng và dọn dẹp, kiểm kê khi kết thúc tiệc. Báo cáo tình hình công việc cho quản lý.

Banquet Staff (Nhân viên bộ phận tổ chức tiệc/ hội nghị)

- Thực hiện việc chuẩn bị dụng cụ, set up theo yêu cầu của ca trưởng, quản lý.
- Phục vụ khách, nhận yêu cầu, thắc mắc của khách và giải quyết trong phạm vi hiểu biết và quyền hạn. Báo cáo với cấp trên khi không thể giải quyết.
- Thực hiện dọn dẹp sau khi làm xong tiệc, kiểm đếm dụng cụ, sắp xếp kho. Báo cáo tình hình với cấp trên.

c) Bộ phận buồng phòng (Housekeeping)

Executive Housekeeper (Trưởng bộ phận Buồng Phòng)

- Tổ chức và duy trì đào tạo, tuyển dụng về chuẩn mực và các quy trình công việc cho nhân viên trong bộ phận. Quản lý sát sao các đồ tiêu hao cũng như hàng hoá phục vụ khách để chống lãng phí. Kiểm tra và đảm bảo mọi dịch vụ từ lúc khách nhận phòng cho đến lúc khách rời khỏi khách sạn được thực hiện theo đúng quy trình.
- Xây dựng các tiêu chuẩn và thủ tục cho công việc của các nhân viên phục vụ phòng. Chịu trách nhiệm điều hành các công việc của bộ phận phục vụ phòng một cách suôn sẻ và hiệu quả. Đảm bảo duy trì dịch vụ vệ sinh tốt nhất từ phòng khách đến các khu vực công cộng.

- Thường xuyên kiểm tra các vật dụng trong kho, đồ giặt ủi, đồng phục, khăn trải bàn và báo cáo những vật dụng bị thất lạc và tìm lại được.
- Lập bản kiểm kê hàng tồn kho để đảm bảo cung cấp đầy đủ. Đưa ra những kiến nghị để cải thiện dịch vụ và đảm bảo hoạt động hiệu quả hơn.
- Phối hợp chặt chẽ với Trưởng các bộ phận khác nhằm mục đích nâng cao hiệu quả kinh doanh của khách sạn.

HSK Supervisor (Giám sát bộ phận buồng phòng)

- Hỗ trợ trưởng bộ phận thực hiện các nhiệm vụ như trên, công việc có tính chất giống với trưởng bộ phận.

Room Attendant (Nhân viên trực vệ sinh phòng)

- Đảm bảo dọn dẹp vệ sinh phòng ở của khách đúng theo quy định, kiểm tra tình trạng phòng, tình trạng trang thiết bị trong phòng nhằm báo cáo với trưởng bộ phận, hoặc trưởng ca khi có hỏng hóc, thiệt hại tài sản.
- Nhận order của khách, bàn giao lại cho bộ phận có liên quan. Nhận đồ giặt ủi, giữ những vật dụng mà khách để quên để giao lại cho trưởng ca hoặc trưởng bộ phận, nhằm trả lại khách khi cần thiết.

Laudry Attendant (Nhân viên giặt ủi)

- Thực hiện việc giặt ủi quần áo cho khách khi có yêu cầu, nhận đồ dơ từ nhân viên buồng phòng, đồng thời thực hiện việc phân loại các loại vải vóc, dụng cụ khác nhau để tiến hành giặt chần, áo gối, drap giường, rèm cửa, khăn tắm,... đảm bảo các trang thiết bị luôn đầy đủ và sạch sẽ.
- Theo như nhóm được biết, bộ phận giặt ủi của khách sạn Liberty Central Nha Trang chỉ có nhiệm vụ dọn dẹp đồ dơ của tất cả các tầng, phân loại, đếm số lượng và đem kí gửi cho bên công ty giặt

là theo từng ca mỗi ngày, chứ không thực hiện việc này ngay tại khách sạn.

Linen – Mini Bar Attendant

- Kiểm kê, đảm bảo đầy đủ các loại thức ăn, nước uống trong mini bar của khách, khi nhân viên buồng phòng báo thiếu, cần phải thực hiện việc kiểm tra, đối chiếu và bổ sung ngay thực phẩm còn thiếu trong mini bar cho khách.
- Đồng thời, kiểm kê những vật dụng cần thiết trong phòng, trong phòng tắm để kịp thời xuất kho, bổ sung khi thiếu.

Florist – Garden Staff (Nhân viên vườn, trang trí hoa)

- Trang trí lọ hoa trong phòng khách, nhà hàng, phòng tiệc, hội nghị. Kiểm kê số lọ hoa, số hoa cần thiết để đáp ứng đủ nhu cầu trang trí tại các địa điểm trên.
- Trang trí hoa theo tiêu chuẩn của khách sạn và theo yêu cầu của khách.
- Thực hiện việc chăm sóc, cắt tỉa, trang trí cây cảnh ở các khu vực công cộng của khách sạn

Public Attendant (Nhân viên khu vực công cộng)

- Thực hiện các công việc vệ sinh các khu vực công cộng như đại sảnh, nhà hàng, các sảnh tiệc, khu vực hành lang.... Mỗi nhân viên sẽ có một khu vực làm việc riêng do trưởng ca sắp xếp.
- Đảm bảo các khu vực trên luôn sạch sẽ, gọn gàng, nhận yêu cầu làm vệ sinh từ các bộ phận khác và sự phân công của trưởng ca/trưởng bộ phận.

1.1.4. Thuận lợi, khó khăn và phương hướng phát triển trong thời gian tới

Thuận lợi

Công ty Cổ phần Khatoco - LIBERTY là công ty liên kết của các cổ đông, tổ chức gồm: Tổng Công ty Khánh Việt, Công ty Cổ phần Sài Gòn Quê

Hương (TP. Hồ Chí Minh), Công ty Cổ phần Thương mại và Đầu tư Việt Khánh, CNV Khatoco...

Công ty Cổ phần Khatoco - LIBERTY là một trong những doanh nghiệp nhà nước chuyển thành Công ty cổ phần đầu tiên của ngành thương mại, nên được Ủy ban nhân dân tỉnh - Ban đổi mới quản lý doanh nghiệp tỉnh - Sở thương mại và các ngành liên quan của Tỉnh rất quan tâm, giúp đỡ, tạo mọi điều kiện thuận lợi để Công ty hoàn thành nhiệm vụ.

Huy động được nguồn vốn đáng kể của các cổ đông trong và ngoài doanh nghiệp, tạo sự chủ động trong sản xuất kinh doanh và nâng cao tinh thần làm chủ của các cổ đông trong công việc trong quản lý Công ty.

Các cổ đông trong doanh nghiệp chủ yếu là đội ngũ cán bộ công nhân viên của Công ty Cổ phần Khatoco trước đây: Đa số anh chị em có nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực kinh doanh ăn uống - khách sạn - dịch vụ.

Có đội ngũ nhân viên có trình độ chuyên môn, nhiệt tình và rất thân thiện

Nội bộ Công ty đoàn kết, nhất trí, mọi người yêu ngành, yêu nghề, có tinh thần trách nhiệm cao, cùng nhau xây dựng và phát triển Công ty vững mạnh.

Khó khăn

Việc tổ chức sản xuất kinh doanh trong nền kinh tế hàng hoá nhiều thành phần, theo cơ chế thị trường, sự cạnh tranh ngày càng gay gắt, nhất là ngành ăn uống khách sạn. Nhiều nhà hàng tư nhân phát triển, nhất là khi khách sạn LIBERTY bắt đầu hoạt động có nhiều ưu thế hơn hẳn đã phân tán nhiều khách hàng cơ quan, đơn vị, nhân dân mà trước đây thường tập trung ở Nhà hàng - Khách sạn LIBERTY.

Mặt hàng bán buôn thực sự chưa được mở rộng, nhiều mặt hàng trước đây Công ty vẫn kinh doanh nay không thể tiếp tục kinh doanh được nữa, do nhiều yếu tố, trong đó có yếu tố thuộc về cơ chế quản lý - chế độ hạch toán đối với các thành phần kinh tế còn nhiều vấn đề chưa bình đẳng.

Tình hình dịch Covid gây ảnh hưởng nặng nề cho ngành du lịch nói chung và việc kinh doanh của khách sạn nói riêng. Lượng khách đến với Liberty giảm mạnh do tình hình dịch bệnh trong nước và quốc tế.

Hiện nay nhiều khách sạn mà khách lại ít sự cạnh tranh rất cao ảnh hưởng việc kinh doanh đáng kể.

Đối tượng khách mà khách sạn nhắm đến là thị trường khách quốc tế chiếm 80% do đó điều kiện kinh tế thế giới là nhân tố ảnh hưởng khá lớn đến hiệu quả hoạt động của Liberty Central Nha Trang Hotel.

Phương hướng phát triển trong thời gian tới

Với bất kỳ một doanh nghiệp nào thì việc hoạch định chiến lược, phương hướng mục tiêu kinh doanh cũng có ý nghĩa rất quan trọng, vì nó được xem là kim chỉ nam cho doanh nghiệp hoạt động vững chắc trên thị trường. Đặc biệt là trong môi trường kinh doanh đầy biến động và cạnh tranh gay gắt như hiện nay.

Tuy đi vào hoạt động hơn 6 năm nhưng khách sạn LIBERTY Central Nha Trang đã khẳng định được vị trí và ảnh hưởng của mình trên thị trường. Để có được điều này ban lãnh đạo khách sạn luôn sáng tạo, nhạy bén, nắm bắt được những nhu cầu và biến động của thị trường cũng như tối đa hóa yêu cầu của khách, luôn đề ra những biến động kinh doanh phù hợp.

Để hoạt động và doanh thu của khách sạn không ngừng tăng nhanh và tăng mạnh trong thời gian tới, mục tiêu của khách sạn là nâng cao chất lượng phục vụ và dịch vụ trong khách sạn.

Để đạt được mục tiêu đó thì phương hướng kinh doanh của khách sạn cụ thể như sau:

1. Đa dạng hóa sản phẩm nhằm đáp ứng như cầu càng ngày càng nhiều và càng cao cho khách.
2. Đẩy mạnh công tác quản lý, tăng lợi nhuận, giảm chi phí trong kinh doanh để đạt hiệu quả cao nhất đồng thời thực hiện tốt nhiệm

vụ mà cấp trên giao phó.

3. Không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ khách hàng nhằm đảm bảo cho việc phục vụ khách được đáp ứng cao nhất.
4. Từng bước đổi mới trang thiết bị, đảm bảo tính đồng bộ hiện đại.
5. Nâng cao năng suất sử dụng buồng.
6. Tiến hành nhiều biện pháp, chương trình quảng cáo, xúc tiến nhằm quảng cáo hình ảnh của khách sạn đến khách hàng.
7. Thực hiện một số chương trình giảm giá, khuyến mãi, tri ân khách hàng đến thường xuyên tại khách sạn.

Phương hướng năm 2021

Tập trung khắc phục tình hình kinh tế, đẩy mạnh phát triển hình thức kinh doanh để thích ứng với tình hình không có khách nhiều như những năm trước đây vì dịch bệnh.

Khách sạn LIBERTY cam kết hỗ trợ phát triển nghề nghiệp của các nhân viên ở tập đoàn và thể hiện lời cam kết này bằng cách đưa ra:

Kế hoạch đào tạo chi tiết (được gửi đến từng bộ phận) đảm bảo nhân viên được trang bị đầy đủ kiến thức và kỹ năng để thực hiện vai trò hiện tại của mình cũng như chuẩn bị cho vai trò tiếp theo.

Một cuộc nói chuyện cởi mở để đánh giá về quá trình thực hiện công việc và sự phát triển của nhân viên (PDR), chú trọng vào việc thực hiện công việc hiện tại của bạn, mong muốn của bạn và về việc thoả thuận giữa các bên về kế hoạch đào tạo, phát triển

Hỗ trợ về tài chính để tham gia các chương trình đào tạo bên ngoài và khuyến khích các thành viên tham gia 1 cách tích cực.

1.2. Thực trạng hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp trong thời gian qua

1.2.1. Môi trường kinh doanh của doanh nghiệp

1.2.1.1. Môi trường Vĩ mô (môi trường quốc gia)

Yếu tố kinh tế

Kinh tế là yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến sự phát triển của khách sạn. Đối với nền kinh tế nước ta nói chung và Khánh Hòa nói riêng cũng có sự hồi phục không ngừng sau ảnh hưởng của dịch bệnh, nhịp độ tăng trưởng kinh tế của Khánh Hòa vào loại khá so với cả nước làm cho thu nhập bình quân đầu người tăng cao.

Yếu tố chính trị pháp luật

Với quan điểm Việt Nam muốn làm bạn với tất cả các nước trên thế giới không phân biệt chế độ xã hội, màu da, tôn giáo.... hợp tác đôi bên cùng có lợi, không can thiệp vào công việc nội bộ của nhau, giải quyết các tranh chấp bằng con đường hoà bình. Chính sách quan điểm nhất quán đó đã thúc đẩy hoạt động đầu tư vào khách sạn cũng như thúc đẩy khách du lịch quốc tế đến Việt Nam.

Đặc biệt trong năm 1999 chính phủ có chương trình hành động quốc gia về du lịch, sự ra đời của pháp lệnh du lịch. Đó là những nền tảng cơ sở pháp lý giúp cho sự phát triển của ngành du lịch - khách sạn .

Đại hội Đảng VIII xác định “Phát triển nhanh du lịch, dịch vụ - từng bước đưa nước ta trở thành một trung tâm du lịch, thương mại dịch vụ có tầm cỡ trong khu vực”.

Tuy nhiên do mới chuyển đổi nền kinh tế hàng hoá vận động theo cơ chế thị trường. Sự nhận thức của các ngành các cấp về vai trò của du lịch đối với nền kinh tế còn hạn chế. Sự thiếu đồng bộ trong các văn bản pháp quy về kinh doanh khách sạn. Sự thiếu nhất quán trong các thuật ngữ cũng như nội dung của các thuật ngữ trong kinh doanh khách sạn (được thể hiện trong pháp lệnh du lịch) đã dẫn đến sự kinh doanh không lành mạnh của các thành phần kinh tế với kinh doanh khách sạn.

Như vậy sự ổn định về chính trị, sự đồng bộ về pháp luật sẽ thúc đẩy ngành khách sạn phát triển.

Yếu tố kỹ thuật, công nghệ

Sự phát triển vượt bậc của khoa học công nghệ trong vài thập kỷ vừa qua đã đưa tới sự phát triển rực rỡ về kinh tế trên thế giới. Sự phát triển kinh tế làm tăng thu nhập của người dân và thúc đẩy nhu cầu đi du lịch.

Không những nhân tố khoa học công nghệ tác động đến kinh tế và thúc đẩy nhu cầu đi du lịch mà nó còn tác động tới trang thiết bị, CSVKTK trong kinh doanh khách sạn. Bởi vì nhu cầu du lịch là nhu cầu cao cấp. Do đó trang thiết bị trong kinh doanh khách sạn ngày càng được đổi mới và nâng cấp. Sự đổi mới và nâng cấp đó đòi hỏi nguồn vốn lớn do đó trong quá trình xây dựng chiến lược kinh doanh cần nghiên cứu kỹ nên áp dụng trang thiết bị nào, khi nào thì cần nâng cấp đổi mới.

Để cho trang thiết bị trong khách sạn không quá lạc hậu so với thế giới và tùy từng đối tượng khách mà trang thiết bị có mức độ hiện đại khác nhau.

Thực trạng trang thiết bị ở khách sạn Liberty là tương đối hiện đại đáp ứng tốt nhu cầu của du khách.

Yếu tố văn hóa xã hội

Cộng đồng người Việt Nam có 54 thành phần dân tộc khác nhau, cũng có nghĩa là có 54 nếp văn hoá khác nhau. Từ đó cho ta thấy đất nước chúng ta có nền văn hoá phong phú và đa dạng. Nó là một trong những nguồn lực (tài nguyên du lịch) thúc đẩy hoạt động du lịch phát triển.

Những thay đổi về lối sống, tâm lý, chuẩn mực đạo đức, thói quen tiêu dùng... sẽ có những phát động ảnh hưởng nhất định đến hoạt động kinh doanh du lịch, hoạt động kinh doanh khách sạn .

Nhân tố văn hoá xã hội ảnh hưởng mạnh đến hoạt động kinh doanh khách sạn. Do đó trong quá trình xây dựng chiến lược kinh doanh của mình cần xây dựng đặc điểm văn hoá lành mạnh trong khách sạn, xây dựng thiết kế khách

sạn... mang đậm bản sắc dân tộc. Từ đó tạo nên cái nền của khách sạn và thúc đẩy mọi người tìm đến tiêu dùng sản phẩm của khách sạn.

Yếu tố tự nhiên

Nha Trang – Khánh Hòa được mệnh danh là thành phố du lịch biển với nhiều vịnh biển đẹp, bãi cát dài. Thời tiết khí hậu ôn hòa thích hợp cho du lịch nghỉ dưỡng. Điều này là một trong những yếu tố thu hút khách du lịch đến với Nha Trang – Khánh Hòa, góp phần phát triển cho việc kinh doanh dịch vụ lưu trú.

Nha Trang – Khánh Hòa có nhiều tài nguyên thiên nhiên phong phú, đa dạng: vịnh biển, vịnh san hô, suối khoáng nóng, tắm bùn, hệ thống các đảo lớn nhỏ... từ đó sản sinh ra nhiều sản phẩm du lịch phong phú và hấp dẫn. Hơn thế nữa, Nha Trang – Khánh Hòa là một trong những trung tâm du lịch ở miền Trung, vì vậy Nha Trang – Khánh Hòa có tiềm năng rất lớn về phát triển du lịch và dịch vụ du lịch.

1.2.1.2. Môi trường vi mô (môi trường ngành)

Đối thủ cạnh tranh hiện tại

Lĩnh vực khách sạn đang trên đà phát triển và có tiềm năng rất lớn. Trên địa bàn tỉnh Khánh Hòa tính tới thời điểm hiện tại có khoảng 773 cơ sở lưu trú du lịch với 42.475 phòng. Trong đó, có 26 khách sạn 5 sao với 12.307 phòng, 23 khách sạn 4 sao với 3.702 phòng, 37 khách sạn 3 sao với 2.911 phòng. Cơ sở hạng 2 sao có 55 cơ sở với 1.670 phòng. Cơ sở hạng 1 sao là 46 cơ sở với 811 phòng và các cơ sở chưa xếp hạng của Luật du lịch là 586 cơ sở với 21.072 phòng được tính ở năm 2019

Các khách sạn là đối thủ cạnh tranh chủ yếu của Liberty là The Light (4 sao), Novotel (4 sao), Mường Thanh (4 sao), Michelia (4 sao), Yasaka Sài Gòn Nha Trang (4 sao)...

Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn

Trong thời buổi ngành du lịch và dịch vụ ngày càng phát triển tại Việt Nam nói chung và Nha Trang – Khánh Hòa nói riêng, nhu cầu về dịch vụ lưu trú và ăn uống là rất lớn. Chính vì lý do đó, nên ngành này ngày càng được người ta quan tâm đầu tư vào nhằm dành thị phần và cạnh tranh với các đối thủ hiện tại.

Từ đó, ta thấy được mức độ gia nhập ngành của lĩnh vực khách sạn là rất lớn. Điều này rõ ràng là một yếu tố tạo nên sức ép mạnh mẽ đối với khách sạn Liberty.

Sản phẩm thay thế

Đối với lĩnh vực dịch vụ khách sạn – nhà hàng thì sản phẩm thay thế chỉ có thể là các nhà trọ, nhà nghỉ, các dịch vụ lưu trú tương tự; các quán ăn, nhà hàng mọc lên ngày càng đông. Các sản phẩm dịch vụ này có khả năng thay thế rất lớn đối với nhà hàng – khách sạn – là mối đe dọa trực tiếp.

Ngoài ra, đối với các dịch vụ tổ chức tiệc cưới, sinh nhật, hội nghị... ngày nay cũng đã có những dịch vụ chuyên về lĩnh vực này, họ ngày một chuyên nghiệp và chất lượng ngày càng nâng cao.

Vì vậy, các dịch vụ nói trên cũng là những mối đe dọa tiềm tàng nếu không nói là đang trực tiếp tác động làm thay đổi lợi thế đang có của ngành.

Nhà cung cấp

Là toàn bộ những doanh nghiệp, các nhân cung cấp đầu vào cho khách sạn: khách du lịch, hàng hóa... Do đó, nhà cung cấp bao gồm:

- Các công ty lữ hành (Các công ty lữ hành mà khách sạn Liberty có mối quan hệ: Vietravel, Saigontourist, Thành Thành Tourist...)
- Các khách sạn nằm trong chuỗi liên kết
- Các doanh nghiệp, cá nhân cung cấp trang thiết bị và nguyên liệu
- Nhà cung cấp nhân lực (trường học đào tạo về du lịch, trường dạy nghề du lịch...)

Khách hàng

Khi quyết định tham gia vào hoạt động kinh doanh, không chỉ riêng khách sạn Liberty mà đối với bất kỳ doanh nghiệp du lịch nào cũng xác định thị trường khách hàng cụ thể mà doanh nghiệp hướng đến nhằm đáp ứng, thỏa mãn một cách tốt nhất nhu cầu của họ.

Khách sạn hoạt động kể cả thị trường trong nước và quốc tế, vì vậy nguồn khách của khách sạn Liberty rất lớn. Thị trường khách mà khách sạn hướng đến là mọi du khách có nhu cầu, đặc biệt là khách du lịch Trung Quốc. Hiện nay, lượng khách trong nước đến với Liberty chủ yếu đến từ Sài Gòn, Hà Nội. Khách du lịch quốc tế đến từ các nước Anh, Mỹ, Trung Quốc, Hàn Quốc đã không còn nữa vì dịch bệnh... Nhu cầu của du khách rất phong phú và đa dạng, nắm bắt được nhu cầu và mục đích du lịch của khách hàng là một trong những yếu tố quan trọng nhằm phục vụ và đáp ứng một cách tốt nhất làm hài lòng du khách, từ đó mang lại hiệu quả kinh doanh.

1.2.2. Năng lực kinh doanh của doanh nghiệp

1.2.2.1. Vốn

Để tiến hành bất cứ hoạt động sản xuất kinh doanh nào, doanh nghiệp cũng cần phải có vốn. Vốn kinh doanh là điều kiện tiên quyết có ý nghĩa quyết định đến quá trình sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp.

Vốn kinh doanh của doanh nghiệp là số tiền ứng trước cho hoạt động sản xuất - kinh doanh của doanh nghiệp. Tất nhiên muốn có được lượng vốn đó, các doanh nghiệp phải chủ động khai thác, thu hút vốn trên thị trường. Mục đích vận động của tiền vốn là sinh lời. Nghĩa là vốn ứng trước cho hoạt động sản xuất - kinh doanh phải được thu hồi về sau mỗi chu kỳ sản xuất, tiền vốn thu hồi về phải lớn hơn số vốn đã bỏ ra.

Theo như tìm hiểu của nhóm, Khách sạn Liberty Nha Trang là sự kết hợp của 2 doanh nghiệp lớn là Công ty Cổ phần Quê Hương – Liberty và Tổng công ty Khánh Việt – Khatoco, Để có thể dễ dàng quản lý tình hình kinh doanh

của khách sạn, hai doanh nghiệp đã quyết định cùng nhau thành lập 1 công ty thứ 3 mang tên: **Công ty cổ phần Khatoco - Liberty**.

Công ty được thành lập năm 2007 với vốn điều lệ 100 tỷ đồng. Cổ đông của Khatoco - Liberty: Tổng công ty Khánh Việt (Khatoco), Công ty CP Sài Gòn Quê Hương, CBCNV Khatoco & Việt Khánh. Trong đó Việt Khánh chiếm 14% vốn điều lệ.

Sau khi thành lập, công ty bắt đầu đầu tư vào dự án xây dựng khách sạn Liberty Central Nha Trang, với số vốn đầu tư phần thô khoảng 76 tỷ đồng, phần hoàn thiện khoảng 40 tỷ đồng, các trang thiết bị cần thiết khoảng 35 tỷ đồng. Đến ngày 30/4/2015 khi khách sạn Liberty Central Nha Trang bắt đầu đi vào hoạt động thì tổng số vốn đầu tư đã lên đến khoảng 200 tỷ đồng.

Sau khi bắt đầu kinh doanh, hiện tại, doanh nghiệp nói chung và khách sạn nói riêng đã xoay đầu vốn thành công, nhân viên trong các bộ phận của khách sạn đã nhận được tiền Charge kèm theo lương cố định của tháng bắt đầu từ tháng 10/2015.

1.2.2.2. Lao động

Tất cả các nhân viên trong khách sạn từ người quản lý đến những nhân viên cung cấp dịch vụ cụ thể trực tiếp cho khách hàng, tất cả những gì họ làm và những gì họ nói đều ảnh hưởng đến nhận thức của khách hàng về dịch vụ về doanh nghiệp. Nhân viên trực tiếp phục vụ khách đại diện cho doanh nghiệp và ảnh hưởng trực tiếp đến sự hài lòng của khách hàng. Họ đóng vai trò như một người bán hàng, một nhân viên marketing. Với đặc thù sản phẩm khách sạn là dịch vụ mà dịch vụ khách sạn do yếu tố con người tạo ra là chính. Một khách sạn có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại tiện nghi đến mấy nhưng đội ngũ lao động lại tỏ ra yếu kém không có trình độ thì cũng không đảm bảo chất lượng phục vụ. Vì vậy chất lượng đội ngũ lao động ảnh hưởng rất lớn đến chất lượng phục vụ.

Nhân viên là người trực tiếp tiếp xúc với khách hàng và tạo ấn tượng phục vụ trong mắt khách hàng. Vì vậy chất lượng của đội ngũ lao động được

đánh giá vào trình độ lao động: trình độ chuyên môn nghiệp vụ, trình độ học vấn, trình độ ngoại ngữ, khả năng giao tiếp.

Bên cạnh đó là tinh thần thái độ trong phục vụ đối với khách hàng và tinh thần tập thể trong thực hiện công việc. Đội ngũ lao động có chuyên nghiệp hay không đều ảnh hưởng đến hình ảnh của khách sạn.

Trong bộ phận nhà hàng thì đội ngũ lao động chiếm số lượng đông nhất. Đây là bộ phận trực tiếp kinh doanh đem lại nguồn doanh thu lớn cho khách sạn. Việc nâng cao chất lượng đội ngũ lao động trong bộ phận này có thể ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng phục vụ và năng suất lao động.

Trong quá trình lao động làm việc, công ty có kế hoạch cụ thể về việc tổ chức nâng cao trình độ văn hóa, ngoại ngữ, chuyên môn nghiệp vụ, kỹ thuật đào tạo và đào tạo lại đội ngũ cán bộ quản lý và chuyên viên đạt tiêu chuẩn của ngành nghề.

Trình độ ngoại ngữ: Nhân viên của bộ phận nhà hàng đa số đều biết ít nhất một ngoại ngữ. Vì khách sạn LIBERTY là khách sạn đạt tiêu chuẩn 4 sao nên trình độ ngoại ngữ của nhân viên cũng phải phù hợp với tiêu chuẩn. Đa số nhân viên nhà hàng đều biết tiếng Anh. Đặc biệt là đội ngũ quản lý rất thông thạo tiếng anh. Ngoài ra còn biết thêm tiếng khác như tiếng Trung, Nga.

Độ tuổi lao động: Nhân viên trong nhà hàng là lao động trẻ và đang ở trạng thái vững vàng khá chín chắn. Nữ: 18 – 45 tuổi , Nam: 18 - 50 tuổi.

TT	Các bộ phận	Nam	Nữ	Tổng
1	Ban giám đốc	2	1	3
2	Trưởng, Phó phòng	6	5	11
3	Bàn	13	12	25
4	Bar	1	2	3
5	Bếp	10	12	22
6	Buồng	5	15	20
7	Lễ tân	7	7	14
8	Giặt là	1	1	2
9	Bảo vệ	8	0	8
10	Hành chính	0	3	3
11	Làm sạch	0	6	6

12	Cắm hoa	0	1	1
13	Kỹ thuật	7	0	7
14	Kế toán + Thu ngân	1	6	7
15	Sales	1	5	6
16	Thể thao	4	2	6
17	Tổ chức lao động – tiền lương	2	3	5
	Tổng cộng	68	81	149
	Tỷ trọng	45,64%	54,36%	100%

Bảng 1.2.2 Cơ cấu lao động theo giới tính (Nguồn: Khách sạn Liberty) Năm 2020

Đội ngũ nhân viên phục vụ chính là người trực tiếp tiếp xúc với khách, mang sản phẩm dịch vụ đến cho khách, những cử chỉ thái độ phục vụ của họ không những để lại cho khách nhiều ấn tượng nhất mà còn là hình ảnh trực tiếp quảng cáo cho khách sạn, quyết định sự thành công của hoạt động kinh doanh.

Trình độ lao động	Lao động	Tỷ trọng
Đại học	34	22,82%
Cao đẳng	30	20,13%
Trung cấp	30	20,13%
Sơ cấp	25	16,78%
Công nhân nghề	22	14,77%
Lao động phổ thông	18	12,08%

Bảng Cơ cấu lao động theo trình độ lao động (năm 2020)

1.2.2.3. Cơ sở vật chất, trang thiết bị, ...

Là một khách sạn với quy mô 4 sao, Liberty Central Nha Trang sở hữu một hệ thống cơ sở vật chất và trang thiết bị hiện đại, tiện nghi, cụ thể:

Toà nhà của khách sạn Liberty có chính xác là 24 tầng bao gồm cả tầng B2, B1, G, M và không có tầng số 13, được xây dựng trên diện tích đất nền là 1.240m² nằm trên con đường Biệt Thự, một con đường nổi tiếng của “khu phố Tây” – khu phố về du lịch nổi tiếng của Nha Trang. Với vị trí đẹp và thuận lợi, chỉ mất khoảng 3 phút để đi bộ ra tới biển, 40 phút di chuyển đến sân bay quốc tế cam ranh, 10 phút để di chuyển đến trung tâm thành phố, toà nhà khách sạn Liberty Central Nha Trang là hệ thống phức hợp của:

Hệ thống phòng ở: Gồm 227 phòng dành cho khách, cùng với các trang thiết bị như: Két sắt, Máy sấy tóc, Mini bar, Tivi LCD-32 inch, Đầu DVD,

Thiết bị pha trà, cà phê, Điều chỉnh nhiệt độ phòng riêng biệt, wifi..... với các loại phòng như sau:

Deluxe: Diện tích 27m², với vị trí từ tầng 5 tới tầng 16, không gian ấm cúng, đầy đủ tiện nghi, với 2 cửa sổ bằng gương lớn, tầm nhìn đẹp và thoáng đãng, du khách có thể chọn kiểu phòng có giường đôi (Double Bed) hoặc 2 giường đơn (2 single bed).

Premier OceanView: Diện tích 27m², từ tầng 5 tới tầng 16, với đầy đủ tiện nghi, đặc biệt, phòng có tầm nhìn hướng thẳng ra biển, tạo cảm giác thoải mái, hoà mình với thiên nhiên cho du khách.

Excutive Club Room: Từ tầng 6 đến tầng 19 với diện tích là 30m², cùng với 4 cánh cửa sổ bằng gương cực lớn với tầm nhìn hướng biển, phòng được trang bị cực kì hiện đại và ấm cúng, du khách cũng có thể chọn loại giường đôi hoặc giường đơn phù hợp với nhu cầu của mình.

Signature Oceanview: Diện tích 35m², trang nhã và ấn tượng với hệ thống cửa sổ bằng kính lớn nhìn thẳng ra biển, căn phòng hứa hẹn sẽ đem lại sự thoải mái tuyệt vời cho những doanh nhân, hoặc những du khách muốn tìm cho mình một nơi nghỉ ngơi sau những ngày dài làm việc mệt nhọc.

Ngoài việc được sử dụng những tiện ích cực kì sang trọng, được nằm trên chiếc giường King Size phóng tầm mắt ra biển, du khách còn được sử dụng những dịch vụ tại tầng 20 của khách sạn.

Liberty Central Suite: Là phòng dạng căn hộ cao cấp nhất của khách sạn, tạo cho khách hàng cảm giác “quay về nhà” sau một ngày dài làm việc bên ngoài, hệ thống cửa kính, hệ thống cơ sở vật chất hiện đại, căn phòng được chia làm 2 phần chính:

- Phòng tiếp khách, được sắp xếp như một văn phòng giám đốc thực sự, cửa sổ riêng hướng biển.

- Phòng ngủ với giường King Size, bồn tắm, bồn tắm đứng và những vật dụng không thể thiếu khác.

Khách hàng tại những phòng này ngoài việc được tặng trái cây, hoa... hằng ngày, còn được sử dụng những dịch vụ cao cấp nhất tại khu riêng biệt dành cho khách VIP nằm trên tầng 20 của khách sạn.

Hệ thống nhà hàng/sảnh tổ chức tiệc:

Bistro Café: nằm tại tầng G (Ground Floor), là nơi kinh doanh café, các loại nước uống, set combo thức ăn,... Được trang hoàng rất sang trọng và ấm cúng. Là một địa điểm tuyệt vời để tụ họp gia đình, bạn bè, gặp gỡ người yêu...

Nhà hàng Central (Central Restaurant):

Nằm tại tầng M (Mezzanine Floor), với phong cách thiết kế hiện đại, ánh sáng ấm cúng, sức chứa trên 300 khách (kể cả 2 sảnh tiệc Libra 1 và Libra 2 với sức chứa 80 khách). Phục vụ tiệc Buffet Sáng, Trưa và Tối với phong cách ẩm thực phù hợp với du khách châu Á cũng như du khách đến từ châu Âu. Menu à la carte cũng được phục vụ cả ngày đối với nhà hàng Central. Ngoài ra, nhà hàng còn có một menu các thức uống (đặc biệt là rượu vang) riêng dành cho khách hàng.

Sảnh tổ chức tiệc

Bảng 1. Tên sảnh tiệc, diện tích và sức chứa

Tên sảnh	Vị Trí	Diện tích (m2)	U-shape	Classroom	Theatre	Banquet
Libra 1	Tầng M	57	20	34	46	40
Libra 2	Tầng M	53	18	30	40	40
Jupiter 1	Tầng 1	56	18	30	40	40

Jupiter 2	Tầng 1	54	18	30	40	40
Venus(Vip)	Tầng 20	22	10			
Apollo 1	Tầng 1	200	45	100	140	120
Apollo 2	Tầng 1	250	45	150	210	140

(Nguồn: Khách sạn Liberty)

* Các sảnh tiệc đều có vách ngăn có thể tháo lắp một cách dễ dàng. Mỗi sảnh tiệc đều có lắp đặt thiết bị máy chiếu, Tivi LCD, Micro, hệ thống loa....

Hệ thống cơ sở vật chất dành cho dịch vụ bổ sung:

Quầy bar và bể bơi ngoài trời: Nằm tại tầng 4, tầm nhìn hướng biển với hệ thống 2 hồ bơi, 1 dành cho người lớn và một dành cho trẻ em. Quầy Bar nằm cạnh hồ bơi giúp quý khách có thể dễ dàng gọi đồ uống/ đồ ăn khi cần.

Central Spa: Nằm tại tầng 4, với salon tóc, nails, 10 phòng trị liệu, hệ thống thiết bị hiện đại, nhân viên lành nghề, hứa hẹn sẽ giúp du khách có những giây phút nghỉ ngơi và làm đẹp cực kỳ ưng ý.

Health Central (phòng gym ngoài trời): Với tầm nhìn đẹp, hướng biển, hệ thống máy móc hiện đại và đầy đủ, sát ngay cạnh hồ bơi là phòng tập gym ngoài trời, tại đây, du khách sẽ được trải nghiệm cảm giác hoà mình cùng với thiên nhiên cùng những bài tập gym giữ gìn vóc dáng, nâng cao sức khoẻ của chuyên viên tư vấn dày dạn kinh nghiệm.

Karaoke Room: Nằm ở tầng 2, 7 phòng hát riêng biệt cùng hệ thống âm thanh ánh sáng. Du khách sẽ trải nghiệm những khoảnh khắc vui vẻ cùng bạn bè và gia đình khi hát những ca khúc mà mình yêu thích.

Excutive Lounge: Khu vực dành cho khách VIP ở tầng 20, phục vụ Buffet sáng, trà chiều, cocktail Party cụ thể:

Exclusive Breakfast: 6:00-10:00

Afternoon Tea: 15:00 – 17:00

Cocktail Party: 18:30 – 20:30

Above Sky Bar: Nằm tại tầng 21, tầng cao nhất của khách sạn Liberty Central Nha Trang, Above Sky Bar phục vụ tất cả du khách có nhu cầu vui chơi, giải trí, với tầm nhìn đẹp, bar ngoài trời thoáng mát, DJ sôi động (Mở cửa từ 17:00 – 1:00)

Ngoài ra, còn có hệ thống cơ sở hạ tầng dành cho các bộ phận riêng biệt khác trong khách sạn và cũng đều được trang bị những thiết bị tân tiến, hiện đại nhất hiện nay.

1.2.2.4. Năng lực quản lý

Người quản lý khách sạn chịu trách nhiệm quản lý hoạt động thường nhật của khách sạn và nhân viên. Họ có trách nhiệm giải trình các hoạt động kinh doanh về việc lập ngân sách và quản lý tài chính, xây dựng kế hoạch, tổ chức và chỉ đạo tất cả các dịch vụ khách sạn, bao gồm cả bộ phận Tiền sảnh (Lễ tân, Thông tin và hỗ trợ hành lý (concierge), Đặt giữ buồng), Phục vụ Nhà hàng và Phục vụ buồng. Trong các khách sạn lớn, người quản lý thường có báo cáo cụ thể (dịch vụ khách hàng, kế toán, tiếp thị) và xây dựng một đội ngũ quản lý chung.

Bên cạnh việc quan sát tổng quan chiến lược và lập kế hoạch trước để tối đa hóa lợi nhuận, người quản lý cũng phải chú ý đến các chi tiết, làm gương cho nhân viên để đưa ra một tiêu chuẩn cho dịch vụ và phong cách thể hiện để đáp ứng nhu cầu và mong đợi của khách. Quản lý kinh doanh và quản lý con người là những yếu tố quan trọng tương đương nhau.

General Manager của khách sạn Liberty Central Nha Trang Hiện nay là ông Nguyễn Hữu Trí, Deputy General Manager là ông Võ Quang Hoàng. Đây là hai người vị có chức vụ quan trọng nhất của khách sạn.

Ông Nguyễn Hữu Trí chịu trách nhiệm phần lớn trong mảng kinh doanh, còn ông Võ Quang Hoàng chịu trách nhiệm chính trong mảng về nghiệp vụ và quan hệ với khách hàng.

Cả hai ông đều có kinh nghiệm lâu năm trong lĩnh vực kinh doanh khách sạn, tài lãnh đạo của hai ông cũng được toàn thể nhân viên của Liberty Central Nha Trang đánh giá cao. Chính nhờ cách lãnh đạo của mình, những phương hướng kinh doanh sáng suốt, những quy tắc phục vụ khách.... Mà khách sạn Liberty Central Nha Trang mới có thể đứng vững tại một thành phố cạnh tranh về ngành dịch vụ du lịch, khách sạn khốc liệt như tại Nha Trang, hơn nữa, khách sạn đã xoay đầu vốn thành công trong khoảng thời gian ngắn, việc có thêm tiền charge giúp thu hút và giữ chân nhiều nhân viên có nghiệp vụ và kinh nghiệm làm việc tốt tại khách sạn.

1.2.3. Tình hình thực hiện các hoạt động chủ yếu của doanh nghiệp

1.2.3.1 Các hoạt động đầu vào (mua sắm các yếu tố đầu vào phục vụ quá trình kinh doanh).

Các hoạt động đầu vào là quá trình mua sắm cơ sở vật chất kỹ thuật, nguyên vật liệu và tiếp nhận các đơn hàng, vận chuyển... phục vụ cho quá trình kinh doanh của công ty. Khách sạn chọn nhân viên mua hàng là những người có kinh nghiệm trong việc mua hàng, biết giá cả thị trường và chất lượng của sản phẩm.

Đối với khách sạn Liberty cũng vậy. Hoạt động đầu vào lúc đầu là bàn ghế, ...trang thiết bị tiện nghi phục vụ cho kinh doanh nhà hàng và khách sạn. Nguyên vật liệu hằng ngày cho việc chế biến các món ăn tươi sống, đồ uống hằng tuần. Khi hàng về tới khách sạn, nhân viên bảo vệ và người quản lý kho sẽ kiểm tra hàng hóa, số lượng và ký nhận trước khi hàng đưa vào kho của khách sạn. Lúc này sẽ đối chiếu theo hóa đơn có sự chứng kiến của nhà cung ứng, nhân viên bảo vệ cần kiểm tra có đúng số lượng đã đặt không, chất lượng sản phẩm có đúng theo yêu cầu không...sau đó bếp sẽ cử người xuống nhận hàng.

Đối với hoạt động khách sạn bộ phận lễ tân và buồng phòng: bàn, ghế, chăn, gối, minibar, tivi... kết hợp với các dụng cụ chăm sóc khách hàng. Sẽ dựa lựa chọn cho phù hợp với thiết kế của khách sạn.

Đối với nhà hàng: mua hàng nhập kho, bảo quản các loại thức ăn tươi sống, đảm bảo vệ sinh, an toàn thực phẩm.

1.2.3.2 Vận hành và đầu ra (sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật và hoạt động của các nhân viên để tạo ra giá trị cho khách hàng).

Khi nhập hàng về phải bảo quản và sử dụng đúng quy trình vận hành đối với các loại máy móc, trang thiết bị. Đối với nguyên vật liệu tươi sống như rau, củ quả, thịt thì ta cất giữ ở kho lạnh, kho đông. Rau, củ quả để ở nhiệt độ 3 đến 9 độ C, thịt cất giữ dưới -1 độ C, ta cất giữ trong thời gian 2 đến 3 ngày. Đối với những hàng pha chế, rượu, bia thì bảo quản cất giữ ở kho khô và có thủ kho sẽ kiểm tra hằng ngày. Ngoài ra còn có kho chứa các vật dụng như chén, bát cũng bảo quản và kiểm tra theo tuần hay tháng.

Tổ chức xuất kho: khi cần dùng thêm nguyên vật liệu, ca trưởng hoặc trưởng bộ phận sẽ viết phiếu đề xuất để lấy thêm hàng, thủ kho sẽ căn cứ vào lượng hàng theo yêu cầu và xuất kho (có sự đồng ý của cấp trên).

1.2.3.3 Marketing và bán hàng (hoạt động nghiên cứu thị trường nhận dạng nhu cầu khách hàng, hoạt động xúc tiến,...)

Trong các hoạt động công ty thì hoạt động marketing được xem là quan trọng nhất, nó quyết định đến sự tồn tại và phát triển của công ty. Khách sạn luôn chú trọng đến khách hàng, lấy khách hàng là nguyên tắc để tồn tại và phát triển công ty hơn nữa. Bên cạnh đó khách sạn còn nghiên cứu khả năng cung ứng trên thị trường về: cơ sở vật chất, dịch vụ, chất lượng phục vụ khách hàng và liên tục cập nhật thông tin hay vấn đề liên quan tới công việc để phù hợp đồng thời đổi mới đa dạng hóa các hoạt động kinh doanh. Khách sạn chú trọng đến sự thuận tiện và khung cảnh xung quanh để khách hàng có thể vừa nghỉ ngơi vừa có thể tận hưởng không khí xung quanh, hòa mình vào cuộc sống thiên nhiên. Từ đó chính sách Marketing hiệu quả và phù hợp để quảng bá hình ảnh của công ty được hình thành ngày càng nhiều.

Khách sạn Liberty là khách sạn mới hình thành nên vấn đề Marketing là hết sức quan trọng để quảng bá hình ảnh của công ty đến với khách hàng trong và ngoài nước, đặc biệt là trong tình cảnh dịch bệnh covid ít khách và nhiều

khách sạn. Từ đó thì khách sạn cũng có những chính sách Marketing: Marketing gián tiếp và trực tiếp, quảng cáo, bán hàng trực tiếp và quan hệ công chúng, khuyến mãi.

Marketing gián tiếp thông qua các khách sạn trong và ngoài tỉnh. Và trực tiếp với khách hàng với tiêu chí “đem lại niềm vui và thỏa mãn cho khách hàng”. Tổ chức giới thiệu khách sạn thông qua các chương trình như Gala cuối năm, Gala Noel...để thu hút khách hàng tiềm năng và hiện tại.

Quảng cáo thông qua tờ gấp, tờ rơi... có chất lượng về màu sắc, cách thức in ấn, sử dụng chất giấy bìa cứng, mang phong cách ấn tượng, lời văn ngắn gọn, súc tích, đưa ra những thông tin chính đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Khách sạn thông qua website của công ty quảng bá hình ảnh của mình, tạo điều kiện dễ dàng cho khách hàng tìm kiếm thông tin về khách sạn và các dịch vụ, chương trình. Ngoài ra công ty còn thiết lập bộ phận hỗ trợ trực tuyến để giải đáp thắc mắc của khách hàng một cách nhanh nhất.

Quảng cáo qua các trang mạng xã hội như facebook bằng các trang page riêng của khách sạn.

17:37

4G

Liberty Central Nha Trang

**Liberty Central Nha Trang**

Khách sạn



Thích

Đặt ngay

www.libertycentralnhatrang.com


Phát, Ngô Phương, Châu và 35.267 người khác thích địa điểm này

Trang chủ

Bài viết

Sự kiện

Đánh giá

Video

Giới thiệu

Gợi ý chỉnh sửa


9 Biệt thự Street, Nha Trang, Khánh Hòa 6500

[Xem đường đi](#)

39.986 người đã check in tại đây



Bảng tin



Watch



Nhóm



Trang



Thông báo



Menu

Bán hàng trực tiếp: nhân viên có kỹ năng bán hàng và tương đối tốt về ngoại ngữ như tiếng Anh và Trung.

Khuyến mãi: đây là hoạt động kích cầu thu hút sự quan tâm của khách hàng. Khách sạn Liberty kết hợp với tổng công ty Khatoco để đưa ra các chương trình ưu đãi như: tri ân khách hàng, cho khách hàng dùng thử dịch vụ mới.

1.2.3.4 Hoạt động kinh doanh khác

- Kinh doanh dịch vụ Spa.



- Kinh doanh Karaoke



- Kinh doanh quầy Bar.

Đây là những hoạt động bổ sung tại khách sạn. Những hoạt động này không những mang lại doanh thu mà còn quảng bá hình ảnh của công ty, khách sạn đến du khách trong và ngoài nước.

1.2.4. Đánh giá hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp

1.2.4.1. Phân tích, đánh giá kết quả kinh doanh (*doanh thu, lợi nhuận, tổng vốn kinh doanh, tổng quỹ lương, nộp ngân sách*).

Báo cáo kết quả kinh doanh trên được tính trong tháng 1/2021, thời điểm cận kề với dịp Tết Nguyên Đán nên số lượng khách chủ yếu là khách nội địa ở tại khách sạn. Vì ảnh hưởng dịch nên khách nước ngoài hầu như không có.

Tuy ảnh hưởng của dịch bệnh ảnh hưởng khá nhiều nhưng Liberty đã có một kết quả kinh doanh khá tốt. Lượng khách đến với khách sạn ngày càng cao. Tuy nhiên, vì thời điểm báo cáo là vào tháng 1 vẫn còn dịch bệnh nên số lượng khách tại địa bàn thành phố Nha Trang đến với các nhà hàng có phần giảm bớt.

Bảng 1.4 Báo cáo doanh thu tổng hợp hằng ngày (31-01-2021)

Số	Nội dung	Đơn vị tính	Khách sạn	Tổng DT Phòng trong ngày	Tổng DT Phòng trong tháng
I	Doanh thu từ lễ tân				
	1- Phòng (Phòng trống)	Phòng	170	170	5664
	- Tổng số phòng	Phòng	227	227	7037
	- Phòng khách ở qua đêm	Phòng	51	51	1369
	- Phòng miễn phí	Phòng	1	1	4
	- Phòng không sử dụng	Phòng	0	0	0
	- Tổng số phòng lưu trú	Phòng	52	52	1373
	- Công suất phòng	%	18,77%	18,77%	19,5%
	- Doanh thu không ăn sáng	VND	28,409,754	28,409,754	966,393,396
	- Giá trung bình theo ngày	VND	704,767	704,767	705,912
	2 – Giá bình quân trên các phòng có sẵn	VND	125,753	125,753	137,330
	3 – Giặt ủi	VND	120,000	0	2,025,000
	4 – Dịch vụ vận chuyển	VND	0	0	1,727,271
	5 – Tel/Fax/Internet/Khác	VND	0	0	0
	6 – Số lượng khách lưu trú	Khách	119	119	2,787

II	Doanh thu bộ phận Ẩm thực	Số khách	Thức ăn	Thức uống (can, bottle,...)	Thức uống (juice, cocktail,...)	Doanh thu khác	16,528,000	823,908,460
1	Nhà hàng Central		5,200,000	0	0	0	5,200,000	265,000,000
2	1 – Buffet sáng	52	5,200,000			0	5,200,000	95,495,755
	2 – Trưa						-	-
	3 – Buffet trưa						-	-
	4 – Tối						-	-
	5 – Buffet tối	-					-	-
	6 – Minibar		65.000	70.000			135,000	4,505,000
	Hội nghị, hội thảo, tiệc	Số khách	A	B	C	D	-	354,745,894
	7 – Hội nghị, hội thảo, tiệc						-	354,745,894
	8 – Doanh thu khác							
3	Bistro Bar		10,843,000	350,000	-	-	11,193,000	199,657,566
	1 – Buổi sáng	57	8,054,000				8,054,000	117,116,664
	2 – Buổi trưa	20	2,605,000	350,000			2,955,000	13,113,264
	3 – Buổi tối	2	184,000				184,000	69,427,638

4	Poolbar	12	390,000	925,000	-	-	1,315,000	1,690,000
	1 – Buổi sáng							
	2 – Buổi trưa	10	90,000	785,000			875,000	1,105,000
	3 – Buổi tối	2	300,000	140,000			440,000	585,000
III	Above Sky Bar	Số khách	A	B	C	D	-	-
		-	-	-				
IV	Spa	Số khách	A	B	C	D	-	-
V	Khác		Khác				Tổng DT trong ngày	Tổng DT trong tháng
	Dịch vụ khác		909,000				909,000	5,405,000
Tổng hợp doanh thu							45,057,000	1,794,054,127

(Nguồn: Khách sạn Liberty)

Báo cáo kết quả kinh doanh trên được tính trong tháng 1/2021, thời điểm cận kề với dịp Tết Nguyên Đán nên số lượng khách chủ yếu là khách nội địa và hình thức kinh doanh là tiệc hội nghị gala cuối năm.

Liberty là một doanh nghiệp đã có một kết quả kinh doanh khá tốt và dần ổn định. Lượng khách đến với khách sạn ngày càng tăng sau dịch. Tuy nhiên, vì thời điểm báo cáo là vào tháng 1, nên số lượng khách tại địa bàn thành phố đến với các nhà hàng có phần giảm bớt.

Nhận xét: Mặc dù dịch bệnh kéo dài trong suốt một năm 2020 nhưng khách sạn vẫn luôn duy trì hoạt động và phục vụ khách hàng mọi lúc. Doanh thu so với trước đây đặt biệt là vào những năm còn khách du lịch quốc tế thì công suất phòng là hình thức kinh doanh chủ yếu của khách sạn chỉ đạt được hơn 18%.

1.2.5. Đánh giá thực trạng các hoạt động của doanh nghiệp

1.2.5.1 Quản trị khách sạn/nhà hàng/lữ hành/sự kiện và hội nghị

- **Chính sách sản phẩm**

Để sử dụng tối đa tiềm năng của mình, thì khách sạn đã xác định vị trí khách sạn trên đoạn thị trường mục tiêu nơi sản phẩm của mình có sự khác biệt một cách khách quan và chủ quan so với các đối thủ cạnh tranh.

Trong thời gian tới, khách sạn đã và đang xem xét các điểm yếu cũng như vị trí mà các đối thủ cạnh tranh không đáp ứng được. Khi đã nắm bắt được những thông tin đó, khách sạn phải đưa ra thông điệp để truyền đến khách hàng, các thông điệp này phải ngắn gọn nhưng nêu bật lên được đặc trưng sản phẩm của mình làm cho khách hàng dễ dàng nhận biết lợi thế của khách sạn này với khách sạn khác. Bất cứ doanh nghiệp nào cũng vậy, khi tung ra thị trường sản phẩm của mình đều mong rằng sẽ được thị trường chấp nhận. Hệ thống sản phẩm của khách sạn là lưu trú, ăn uống và các dịch vụ bổ sung. Giữa các thành phần này có mối quan hệ chặt chẽ với nhau, trong đó sản phẩm lưu trú là thành phần kinh doanh chính của khách sạn, bên cạnh đó các dịch vụ khác cũng góp phần đáng kể vào kết quả kinh doanh của khách sạn.

Dịch vụ lưu trú: với tình trạng phòng và các trang thiết bị tiện nghi hiện đại như hiện nay thì khách sạn luôn sẵn sàng phục vụ mọi yêu cầu của khách hàng. Điều

này sẽ tạo cho khách hàng luôn có cảm giác thoải mái, hài lòng khi được đáp ứng nhu cầu theo đúng với giá trị mà mình đã phải bỏ ra.

Nhận xét: Nhìn chung khách sạn đã đáp ứng được nhu cầu của du khách. Sản phẩm của khách sạn là lưu trú, ăn uống và các dịch vụ bổ sung, trong đó sản phẩm lưu trú là thành phần kinh doanh chính của khách sạn. Khách sạn đã đáp ứng được rất nhiều nhu cầu của khách hàng ngoài việc lưu trú. Các dịch vụ ăn uống đã dần hoàn thiện với 2 nhà hàng đầy đủ tiện nghi và phục vụ mọi yêu cầu của khách hàng; hồ bơi, khu spa, phòng thể dục luôn được chuẩn bị tốt để khách hàng sử dụng khi lưu trú tại khách sạn. Kèm theo đó có 2 khu giải trí mới được đưa vào kinh doanh để phục vụ khách hàng lưu trú tại khách sạn cũng như thu hút khách ở bên ngoài là karaoke và skybar với phong cách hiện đại và chất lượng. Luôn mong muốn mang sự hài lòng đến cho khách hàng. Khách sạn đang trên đường hoàn thiện và phát triển dịch vụ để phục vụ khách hàng một cách hoàn hảo nhất.

- **Chính sách giá**

Giá cả là một vũ khí cạnh tranh sắc bén góp phần vào sự thành công của khách sạn. Như ta biết sản phẩm du lịch là sản phẩm vô hình, yếu tố tác động đến sự tiêu dùng của sản phẩm là giá cả.

Hiện nay khách sạn đang sử dụng các mức giá một cách linh hoạt, mềm dẻo cho các đối tượng khách đi theo đoàn và khách hàng thường xuyên, vào mùa thấp điểm khách sạn thường giảm giá phòng xuống từ 15% - 20% để hạn chế tối thiểu tính thời vụ.

Đối với khách đi theo đoàn thì khách sạn cũng thực hiện chính sách giảm giá, tùy theo số lượng khách mà khách sạn thực hiện mức giảm phù hợp, thông thường giảm từ 5 - 15%.

Ngoài ra khách sạn còn thực hiện chính sách ưu đãi dành cho trẻ em và khách hàng quen thuộc.

Đặc biệt trong tình hình cạnh tranh hiện nay, phương pháp xác định mức giá của khách sạn là dựa vào mức giá của đối thủ cạnh tranh. Khách sạn có vị trí rất thuận lợi vì nằm trên đường Biệt Thự gần trung tâm thành phố và có nhiều chính sách giá hấp dẫn nên thu hút được rất nhiều khách đến.

Khách du lịch rất nhạy cảm với sự thay đổi giá, do vậy để tăng thị phần đối với du khách trong và ngoài nước thì khách sạn áp dụng chính sách giá linh hoạt. Nhưng riêng đối với khách hội nghị, các thành viên trong đoàn thường ít chú ý đến giá cả mà họ đặc biệt quan tâm đến chất lượng phục vụ. Vì vậy, bên cạnh việc áp dụng các chính sách giá, khách sạn đã nâng cao chất lượng phục vụ cũng như đa dạng hoá các dịch vụ bổ sung.

Nhận xét: Nhìn chung, chính sách giá của khách sạn rất linh hoạt, mềm dẻo, phù hợp với chất lượng sản phẩm cũng như tình hình cạnh tranh trên thị trường. Với chính sách giá như hiện nay khách sạn có thể thu hút một lượng khách lớn, nhưng về lâu dài thì việc lạm dụng chính sách giá sẽ làm giảm chất lượng sản phẩm hoặc có thể gây phản cảm với khách du lịch. Do đó cần phải có một chính sách giá mới, có hiệu quả hơn nữa để có thể hoàn thành các mục tiêu kinh doanh của khách sạn.

- **Chính sách phân phối**

Sản phẩm du lịch là sản phẩm vô hình, muốn tiêu dùng sản phẩm du lịch, thì du khách phải đến tận nơi sản xuất ra chúng. Điều đặt ra đối với các nhà kinh doanh khách sạn là phải thiết lập được một kênh phân phối sản phẩm của khách sạn đến du khách.

Phân phối đóng vai trò rất quan trọng trong lĩnh vực kinh doanh của khách sạn thông qua việc thu hút khách đến khách sạn.

Chiến lược phân phối theo kênh phân phối trực tiếp giữa khách sạn và khách hàng nhằm thu hút một lượng khách lẻ, khách đoàn và khách nội địa đi du lịch công vụ. Với kênh phân phối này khách sạn thu được trọn gói cung cấp cho khách hàng nhưng trong tình hình cạnh tranh gay gắt như hiện nay thì kiểu kinh doanh này sẽ làm cho nguồn khách đến khách sạn không ổn định. Vì vậy để khai thác tối đa nguồn khách thì khách sạn cần có hình thức quảng cáo, xúc tiến để đưa thông tin đến tận khách hàng, chiến lược kênh phân phối gián tiếp được sử dụng để thu hút khách quốc tế và nội địa. Cần phải củng cố mối quan hệ với các hãng lữ hành truyền thông.

Nhận xét: Nhìn chung khách sạn có mối quan hệ tốt đẹp với các hãng lữ hành du lịch, Công ty Du lịch dịch vụ Nha Trang... Tuy nhiên để đánh giá kênh phân phối hiện tại của khách sạn thì chưa thực sự rộng lớn và có hiệu quả, hầu hết các kênh phân

phối là kênh ngắn và thụ động. Do đó khả năng tự khai thác khách rất hạn chế. Nên cần có những công tác cụ thể, đầu tư tích cực để phát triển kênh phân phối có hiệu quả.

- **Chính sách cổ động**

Đây là một công cụ rất quan trọng trong việc thu hút khách đến với khách sạn. Trong thời gian qua, các kỹ thuật xúc tiến mà khách sạn sử dụng là: quảng cáo, tuyên truyền, khuyến mãi.

- Chính sách quảng cáo: hiện nay phương tiện quảng cáo mà khách sạn đang sử dụng là:

- + Các phương tiện chuyên dùng: tập gấp, tập lịch, quà lưu niệm...

- + Các phương tiện thông tin đại chúng: nhờ sự phát triển của công nghệ thông tin nên khách sạn đã sử dụng mạng Internet để đưa hình ảnh của mình lên mạng, ngoài ra khách sạn còn đưa thông tin về khách sạn mình lên tạp chí du lịch...

- + Tuỳ theo từng đối tượng khách hàng cụ thể mà khách sạn có thể sử dụng các phương tiện quảng cáo khác nhau:

- . Đối với khách du lịch quốc tế đi theo các chương trình du lịch trọn gói, khách quốc tế đi lại thì khách sạn sử dụng phương tiện chủ yếu là tập gấp.

- . Đối với khách nội địa đi du lịch công vụ thì phương tiện quảng cáo mà khách sạn sử dụng là báo, tạp chí, tập gấp.

- . Đối với các hãng, đại lý, công ty du lịch thì phương tiện quảng cáo là tập gấp.

- * Nội dung quảng cáo:

- Tập gấp: nội dung của tập gấp đăng tải hình ảnh của khách sạn, địa chỉ, điện thoại, fax, email. Tập gấp đăng tải những thông tin nhằm giới thiệu các dịch vụ và tiện nghi mà khách sạn sẽ sẵn sàng phục vụ khách.

- Báo chí và tạp chí: khách sạn chọn các báo chuyên ngành tạp chí du lịch Việt Nam để đưa thông tin đến người đọc về các sản phẩm, dịch vụ mà khách sạn cung ứng.

- **Chính sách khuyến mãi**

Mục tiêu của chính sách khuyến mãi là thúc đẩy khách hàng tiêu dùng nhiều hơn, khuyến khích người chưa tiêu dùng sử dụng sản phẩm dịch vụ của khách sạn, thu hút khách hàng của đối thủ cạnh tranh.

Các hình thức khuyến mãi mà khách sạn đang sử dụng là:

- Khách sạn giảm giá linh hoạt cho khách lưu trú dài ngày.

- Khách sạn đã dành những món quà tặng khách hàng vào lễ giáng sinh, sinh nhật.

Chính sách tuyên truyền: khách sạn đã sử dụng chính sách này nhằm mục đích giới thiệu sản phẩm của khách sạn thông qua các công ty lữ hành, các đại lý du lịch, nâng cao hình ảnh của khách sạn.

Những chính sách tuyên truyền mà khách sạn đang sử dụng trong thời gian qua:

+ Khách sạn đã thiết lập mối quan hệ với các công ty lữ hành, các đại lý du lịch... để giới thiệu các sản phẩm của khách sạn.

+ Đối với khách hàng: để thu hút khách đến khách sạn mình thì khách sạn phải cung cấp cho họ một sản phẩm dịch vụ đạt chất lượng và cung cách phục vụ nhân viên tận tình, chu đáo.

Nhận xét: Hoạt động quảng cáo của khách sạn là tập gấp, báo, tạp chí là các trang web về du lịch, tuy nhiên, việc các trang web du lịch đăng tải thông tin của khách sạn nhưng số liệu lại không chính xác, gây ra sự bất cập cho khách hàng. Khách sạn nên kiểm tra và xác nhận thông tin với các trang web này để đưa đến cho khách hàng những thông tin chính xác hơn.

Nhận xét chung:

Qua việc phân tích sản phẩm, giá cả, phân phối của khách sạn cho thấy sự hợp lý đem lại một số thành công bước đầu cho khách sạn.

- Sản phẩm đã đáp ứng được phần nào nhu cầu của khách nội địa và khách quốc tế.
- Giá cả phù hợp với chất lượng sản phẩm cung cấp, có tính cạnh tranh.
- Phân phối có 2 loại kênh: kênh phân phối trực tiếp và kênh phân phối gián tiếp.
- Có được hình thức quảng cáo, tuyên truyền, khuyến mãi.

Nhìn chung, chính sách và sản phẩm phù hợp với giá cả, phù hợp với từng đối tượng khách, thu hút được nhiều khách từ các kênh phân phối khác. Để thu hút được nhiều khách hơn, khách sạn phải nâng cao hơn nữa chất lượng phục vụ vì đây là sự chủ chốt đem lại chất lượng dịch vụ và hiệu quả cao cho doanh nghiệp.

Quản trị nhà hàng

Trước đây khách du lịch đến với nhà hàng LIBERTY rất đa dạng và phong phú, nhưng lượng khách lớn và tương đối ổn định là khách đoàn và thông thường vẫn là

khách của các công ty du lịch trong và ngoài nước như Thành Thành, Saigon Tourist, Vietrravel, ... Khách du lịch nội địa đến với nhà hàng chủ yếu là khách từ thị trường du lịch lớn và những thị trường du lịch mới như: Khách đến từ Tp Hồ Chí Minh, Hà Nội, thị trường khách du lịch Đông Nam Bộ, Đồng Bằng sông Cửu Long và các tỉnh Tây Nguyên là những thị trường tiềm năng và đang được khai thác trong những khoảng thời gian gần đây.

Lượng khách du lịch quốc tế đến với nhà hàng cũng khá cao và thành phần khách cũng rất phong phú và đến từ nhiều quốc gia khác nhau, đa phần là khách đến từ những thị trường du lịch lớn như: Trung Quốc, Đông Âu, Nga, Úc, Việt Nam. Trong đó khách Trung chiếm thị phần lớn nhất (45%) lượng khách đến với khách sạn, tiếp theo là khách Việt Nam (40%)...

Hàng năm, căn cứ vào chỉ tiêu đề ra của công ty cho từng nhiệm kỳ và khả năng khai thác thị trường của công ty, xây dựng kế hoạch kinh doanh hàng năm và dài hạn.

+ Có kế hoạch cụ thể cho từng sự kiện trong năm.

+ Luôn tìm hiểu, nghiên cứu các loại hình quảng bá phù hợp nhất với khách sạn, phù hợp với thị trường, từng đối tượng khách hàng, làm cho các dịch vụ trong nhà hàng ngày một phong phú đa dạng hơn..

+ Tích cực việc quảng bá nhà hàng qua mạng.

+ Tạo ra những thực đơn mới để thu hút khách du lịch.

+ Có các chương trình cho các dịp đặc biệt.

+ Món ăn đa dạng trong các bữa sáng, bữa trưa và tối.

- **Nâng cao cơ sở vật chất kỹ thuật**

Cơ sở vật chất kỹ thuật trong nhà hàng là điều kiện sản xuất, đáp ứng nhu cầu ăn uống của khách du lịch. Luôn được bổ sung và trang bị đầy đủ để phục vụ khách hàng một cách tốt nhất. Đem đến sự hài lòng và thoải mái khi khách sử dụng dịch vụ của nhà hàng.

- **Nâng cao bồi dưỡng đội ngũ nhân viên**

- Đào tạo đội ngũ nhân viên có trình độ ngoại ngữ cao, chuyên môn nghiệp vụ sâu và cách ứng xử giao tiếp với khách tốt.

- Tạo bầu không khí làm việc cho nhân viên thoải mái, vui vẻ, hòa đồng nhưng không để vượt quá mức quy định đối với yêu cầu của một nhân viên.

- Một đội ngũ nhân viên lành nghề, có phẩm chất đạo đức, khả năng giao tiếp ứng xử, tác phong chuyên nghiệp, lòng yêu nghề trong khi làm việc. Vì vậy nhân viên phải nắm bắt được các đặc điểm về sở thích, tâm lý của từng đối tượng khách, làm tăng sự hài lòng của khách hàng đối với khu du lịch.

- **Đa dạng hóa dịch vụ ăn uống**

- Bổ sung các món ăn làm đa dạng Menu và các thức uống nhằm phục vụ tối đa nhu cầu của khách về món ăn đồ uống mà khách có nhu cầu.

- Đưa vào các món ăn chính, các loại bánh đặc sản của địa phương, các món ăn tráng miệng và các món ăn dân dã.

- Đồ uống thường là các loại trà, nước đóng chai, nước ép.

- Tuy nhiên không hoàn toàn chế biến trong nhà hàng, nếu số lượng khách dùng ít, mà có thể mua thực phẩm có sẵn ở cửa hàng để giảm bớt chi phí dự trữ và chế biến các món đồ uống.

- Tùy vào mùa, đối tượng khách mà chúng ta cần thay đổi món ăn, đồ uống cho phù hợp.

- **Chỉnh đốn bộ máy cơ cấu tổ chức**

Đội ngũ nhân viên trong nhà hàng nhiều và phân công nhiều bộ phận khác nhau. Mỗi bộ phận có chức năng và có quản lý chuyên để hoàn thành tốt nhiệm vụ.

Vẫn có một quản lý riêng để giám sát, kiểm tra và thúc đẩy công việc. Mọi bộ phận liên kết với nhau để tạo thành một dịch vụ hoàn hảo. Luôn đáp ứng tốt nhu cầu của khách hàng.

Quản trị sự kiện và hội nghị

Được trang bị đầy đủ để đáp ứng nhu cầu của khách hàng. Với đội ngũ nhân viên chu đáo và một loạt các cơ sở kinh doanh, phòng chức năng có thể chứa đến 350 khách

trong một khung cảnh thoải mái. Trong khi đội ngũ nhân viên đảm bảo rằng tất cả các yếu tố cần thiết của một cuộc họp chuyên nghiệp hoặc sự kiện cá nhân được đáp ứng.

1.2.5.2 Quản trị chiến lược

Tất cả các chính sách và chiến lược của Khách sạn đều quan trọng cho sự thành công của doanh nghiệp. Trong đó chất lượng dịch vụ tốt là điểm của Khách sạn và cũng là yếu tố quyết định, làm hài lòng khách hàng là mục đích của Khách sạn. Một yếu tố quan trọng ảnh hưởng tới chất lượng dịch vụ là chất lượng của đội ngũ nhân viên trong khách sạn. Vì vậy khách sạn LIBERTY luôn quan tâm chú ý tới công tác đào tạo, đào tạo lại và đào tạo thường xuyên đội ngũ nhân viên, tạo động lực cho nhân viên làm việc.

Đối với tất cả các bộ phận nói chung, ngoài việc đào tạo tay nghề khách sạn còn có hình thức khuyến khích ưu đãi đối với nhân viên có hai ngoại ngữ trở lên, nhất là đối với các nhân viên biết tiếng Anh, Trung

Một điều quan trọng và là mục tiêu cơ bản của chiến lược phát triển con người đó là khách sạn có các buổi nói chuyện, trao đổi kinh nghiệm giữa cán bộ quản lý với các nhân viên hay giữa các nhân viên với nhau.

Khách sạn khuyến khích nhân viên tự nghiên cứu tìm hiểu về đất nước, con người, tính cách, tâm lý của khách hàng mục tiêu. Tích lũy các kiến thức kinh nghiệm hay tạo cho nhân viên các cơ hội để trau dồi nghiệp vụ, nâng cao kỹ thuật phục vụ thành nghệ thuật phục vụ.

1.2.5.3 Quản trị nhân sự

Qua khảo sát thực tế kết hợp với phân tích tình hình nhân sự của khách sạn Liberty Central Nha Trang, nhóm nhận thấy những ưu nhược điểm sau:

Ưu điểm:

- Là doanh nghiệp mới, có cơ hội mở rộng ngành nghề, sản xuất kinh doanh tiếp cận với thị trường thế giới, có điều kiện chọn đối tác tốt.

- Bộ máy quản lý lãnh đạo công ty đang từng bước được chấn chỉnh tinh giảm hợp lý, tăng cường cán bộ quản lý có trình độ chuyên môn nghiệp vụ để đạt hiệu quả công tác cao hơn.

- Giám đốc công ty luôn quan tâm lo lắng đến việc nâng cao trình độ của nhân viên, nhất là giai đoạn hiện nay. Ban Giám đốc luôn tạo điều kiện tăng cường công tác đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ cho cán bộ quản lý bằng các hình thức học tập ngắn hạn để đạt tiêu chuẩn quy định của Nhà nước.

- Hội tụ tất cả các ưu điểm trên, Công ty Cổ phần Khatoco - LIBERTY đã ổn định được đời sống cho 247 cán bộ nhân viên trong toàn công ty. Tạo điều kiện cho công ty luôn phát triển, hoàn thành vượt mức kế hoạch đề ra, sản lượng năm sau luôn cao hơn năm trước.

Nhược điểm:

- Việc tuyển chọn nhân sự chưa mang tính khoa học do đó công tác này không phát huy hết khả năng của nó.

- Trình độ cán bộ quản lý trong công ty không đồng bộ. Công ty chỉ chú trọng đào tạo cán bộ chủ chốt, còn những nhân viên làm việc tại các phòng nghiệp vụ chưa được công ty quan tâm đúng mức. Họ thực hiện đảm nhận công tác chủ yếu dựa vào kinh nghiệm học hỏi do đó hiệu quả công việc không cao.

- Công ty chưa có biện pháp hợp lý trong việc bố trí nhân sự, gây bất cập.

- Bộ máy quản lý và cơ cấu tổ chức các đơn vị tuy đã được sắp xếp lại và củng cố tương đối ổn định phù hợp với điều kiện hiện tại của công ty, thích ứng với cơ chế thị trường xong chưa được hoàn thiện.

1.2.5.4 Quản trị chất lượng dịch vụ

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

Chúng ta đánh giá chất lượng dịch vụ và sự hoàn thành tốt nhiệm vụ của nhân viên phụ thuộc vào sự cảm nhận của khách hàng. Tuy nhiên, sự cảm nhận lại chịu sự phụ thuộc vào các nhân tố chủ quan của mỗi khách hàng, không có tính ổn định và

không có thước đo mang tính quy ước, có thể thay đổi theo thời gian. Vì vậy, cùng một mức cung cấp dịch vụ của khách sạn sẽ được khách hàng cảm nhận rất khác nhau.

b. 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.

Đặc điểm này xuất phát từ các lý do sau:

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

- 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 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.

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

Khi đánh giá chất lượng dịch vụ, khách hàng thường dựa vào chất lượng kỹ thuật và chất lượng chức năng. Chất lượng kỹ thuật gồm chất lượng các thành phần của cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn 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. Chất lượng chức năng gồm các 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, hình thức bề ngoài, trình độ tay nghề...của nhân viên. Giúp khách hàng khi đánh giá chất lượng dịch vụ khách sạn.

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

- Thứ nhất, đó là sự thống nhất cao và thông suốt trong nhận thức và hành động của tất cả các bộ phận, các thành viên của khách sạn từ trên xuống dưới về mục tiêu chất lượng cần đạt được của doanh nghiệp. Đòi hỏi các chủ trương chính sách kinh doanh của khách sạn phải đồng bộ với nhau.

- Thứ hai, 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 đòi hỏi phải tốt ở mọi lúc, mọi nơi, cho mọi khách hàng, đòi hỏi đối với mọi nhân viên ở tất cả các bộ phận của khách sạn.

1.2.5.4 Quản trị Marketing

- **Những kết quả đạt được**

Khách sạn tự chủ trong mọi hoạt động kinh doanh, với những điều kiện thuận lợi như: cơ chế quản lý năng động, cơ sở vật chất được trang bị đầy đủ, hiện đại khả năng huy động vốn có nhiều thuận lợi. Mặc dù khách sạn chưa khai thác triệt để mọi thế mạnh của mình, chiến lược marketing – mix đã triển khai trên đoạn thị trường mục tiêu song đem lại hiệu quả cao, các chiến lược ở bộ phận còn rất nhiều hạn chế cần phải sửa đổi. So với các tiêu chí đặt ra thì phần lớn đã đạt được chỉ tiêu và đạt được doanh thu đáng kể từ những dịch vụ hoặc sản phẩm thêm.

Với việc tập trung vào các sản phẩm dịch vụ độc đáo của khách sạn, chiến lược này mang lại lợi nhuận khá lớn đồng thời cũng thêm phần quảng bá tới khách du lịch sự khác biệt của khách sạn LIBERTY với các khách sạn khác trong thành phố. Việc đưa ra các dịch vụ chăm sóc đặc biệt đối với khách hàng đến nhân những dịp đặc biệt cũng làm tăng uy tín của khách sạn với khách hàng, không những thỏa mãn nhu cầu của khách hàng mà còn làm cho khách hàng nhận được những dịch vụ trên cả sự mong đợi.

- **Khó khăn**

Thứ nhất, chính sách sản phẩm của khách sạn vẫn còn những vấn đề bất cập, chưa mang lại sự hài lòng cao cho khách hàng. Điểm đáng chú ý nhất là hệ thống các sản phẩm bổ sung của khách sạn còn đơn điệu và thiếu những mặt hàng mà du khách có nhu cầu đích thực.

Thứ hai, yếu tố thông tin trong chính sách giá của sản phẩm lưu trú vừa không đầy đủ vừa thiếu tính linh hoạt đã trở thành một vấn đề cản trở sức thu hút khách của khách sạn.

Thứ ba là một số vấn đề về tính chuyên nghiệp trong quá trình phân phối sản phẩm ra thị trường (thực chất là hoạt động thực hiện và bán sản phẩm) của khách sạn còn nhiều vấn đề cần khắc phục.

Cuối cùng là những tồn tại trong công tác xúc tiến, quảng bá sản phẩm. Bên cạnh những cách thức tiếp thị hiệu quả, tạo được ấn tượng tốt cho khách hàng, chính sách quảng bá sản phẩm của khách sạn vẫn còn một số khoảng cách giữa cung và cầu.

Chúng ta biết rằng nâng cao chất lượng dịch vụ như một cuộc hành trình liên tục không bao giờ có đích đến cuối cùng. Bởi vì các kỳ vọng khác nhau của khách càng thay đổi từng ngày, từng năm. Từng bước phát triển chất lượng để thành công trong một khách sạn, nó phải dựa vào nhiều yếu tố. Hơn nữa sự đầu tư ô ạt của các nhà đầu tư cũng như trong việc xây dựng thêm nhiều khách sạn 3 và 4 sao tại Nha Trang cũng là một khó khăn lớn với khách sạn LIBERTY cũng như chiến lược Marketing của khách sạn. Bởi vậy khách sạn phải đổi đầu với sự chia sẻ lượng khách trong thời gian tới.

- **Nguyên nhân**

Ở nước ta hiện nay kinh doanh khách sạn vẫn còn là ngành non trẻ, nó mới thật sự phát triển từ những năm 1990, tuy vậy kinh doanh khách sạn ngày càng đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân. Kinh doanh khách sạn không chỉ đơn thuần là kinh doanh dịch vụ lưu trú và ăn uống do đặc thù của tình hình kinh doanh khách sạn trên thế giới và do nhu cầu càng nâng cao của con người nên hệ thống dịch vụ của khách sạn được mở rộng thêm dịch vụ vui chơi giải trí, vận chuyển, thư giãn, thông tin.

2. PHẦN II. BÁO CÁO CÁ NHÂN

2.1. Mô tả công việc thực tập hằng ngày.

Được sự giúp đỡ, tạo điều kiện của nhà trường và doanh nghiệp, em đã được thực tập tại khách sạn Liberty Cental Nha Trang trong vòng 2 tháng ở bộ phận bộ phận Food & Beverage

Trong thời gian 2 tháng thực tập, em luôn được ban quản lý doanh nghiệp, các anh chị trong bộ phận và cả các anh chị trong những bộ phận khác giúp đỡ, hỗ trợ rất nhiều, nhằm đảm bảo để em có thể tìm hiểu, học tập và nắm bắt các kiến thức, kỹ năng và quy trình làm việc của bộ phận nhà hàng.

Bên cạnh đó, em cũng như các bạn thực tập sinh khác luôn được đảm bảo về, ăn uống, và các nhu cầu sinh hoạt khác. Để em luôn có được tinh thần và sức khỏe làm việc tốt nhất.

Công việc của nhân viên tại nhà hàng có hai ca chính: (7:00-15:00) và (14:00-22:00). Ngoài ra còn có các ca làm việc khác như (7:00-11:00 và 18:00-22:00), nhân viên phải đi đúng ca làm việc của mình theo sự sắp xếp của giám sát và phải có mặt tại nhà hàng trước 10 phút.



*** Ca sáng: 7h – 15h**

+ Phục vụ khách lễ đến ăn sáng tại nhà hàng:

- Có mặt tại nhà hàng Bistro lúc 7h đúng, kiểm tra set up ăn sáng (set up khay gia vị, dao, nĩa, muỗng, ly đầy đủ để phục vụ khách lễ và khách phòng ăn sáng).
- Kiểm tra set up buffet (bảng tên món ăn, dao ăn bánh mì, đĩa quầy sushi, chảo nước cho chaffing, chén chấm, muỗng,... mọi thứ đều sạch sẽ và đầy đủ)
- Kiểm tra quầy bar (Trà, café, sữa tươi, nước trái cây, ly, đĩa,...tất cả đều sạch sẽ và đầy đủ)

- Kiểm tra đèn, máy lạnh bật ở 24°C, mở nhạc nhẹ nhàng.
- Kiểm tra lại áo quần, tóc tai, móng tay sạch sẽ, sử dụng nước rửa tay khô và bắt đầu phục vụ khách.
- Hướng dẫn khách vào bàn. Order món và bung món ăn ra cho khách, clear đồ dơ, setup lại bàn ăn để phục vụ khách tiếp theo.
- Phục vụ khách ăn sáng đến 10h30, set up lại bàn cho khách dùng buổi trưa.



- Phục vụ khách và báo cáo lại những than phiền của khách (nếu có) và rút kinh nghiệm lần sau.
- + Phục vụ khách ăn buffet :
- Phục vụ khách buffet ở nhà hàng Central.
- Set up bàn ăn (muỗng, đĩa, nĩa, dao ăn bánh mì,...mọi thứ sạch sẽ và đầy đủ)
- Setup quầy bar (ly, trà, cà phê, nước trái cây, sữa tươi,... mọi thứ sạch sẽ và đầy đủ)

- Kiểm tra bảng tên các món ăn, clear đồ dư khi khách dùng xong, dọn dẹp và setup lại bàn cho khách sau.

-Phục vụ buffet đến 10h30.

*** Ca chiều: 14h – 22h**

- Vào ca lúc 14h, kiểm tra quần áo, bảng tên chính tề.

- Kiểm tra lại mọi thứ thật hoàn thiện trước 17h30 để phục vụ cho khách ăn tối.

- Đón khách lúc 18h00, phục vụ khách và clear đồ dư, setup lại bàn để phục vụ cho sáng hôm sau.



Trong quá trình phục vụ Buffet (6:30-10:30)

Mỗi nhân viên sẽ phụ trách một công việc khác nhau đảm bảo phục vụ khách tốt nhất, nâng cao hiệu quả sự hài lòng của thực khách khi đến với nhà hàng.

Công việc Pantry:

+ Pantry: Đẩy xe khăn dơ của đêm trước xuống khu vực giặt là ở tầng B1, nhận khăn ăn, khăn lau bàn và lau ly. Khi trả và nhận khăn phải đếm kỹ và ghi số liệu vào sổ khăn.

Sau đó sẽ bắt đầu công việc của pantry, pha cà phê Việt Nam. Nhà hàng sử dụng cà phê Trung Nguyên Sáng Tạo 1 và được pha theo định lượng 1:5. Tiếp theo sẽ lau các dụng cụ theo thứ tự để phục vụ cho buffet đó là: đĩa chính, đĩa tráng miệng, chén, chén ăn ngũ cốc, đĩa lót, chén sốt, muỗng sứ, cutlery và đặt bổ sung liên tục vào các tủ.

Gấp khăn

+ Buffet Line:

Luôn đi kiểm tra các quầy buffet, dùng khăn lau sạch quầy, đảm bảo tại các quầy luôn đủ tông gấp, đĩa lót và phải được đặt đúng chỗ, đúng món ăn. Thay tông, đĩa mới nếu dơ. Thời gian để kiểm tra quầy buffet là 20 phút/lần, tuy nhiên đối với quầy món Á và súp sẽ ưu tiên thay liên tục. Báo với bếp bổ sung đồ ăn khi chỉ còn 1/3 thức ăn.

Lau tách, ly, đĩa, muỗng sứ và bổ sung liên tục cho các quầy.

Khi đóng buffet, chuẩn bị xe đẩy, trong sẽ lúc nào cũng phải để sẵn một rack đựng tông và cutlery, hai khay đựng đá. Khi dọn quầy buffet, sẽ dọn từ quầy bánh trước. Đầu tiên sẽ thu các đĩa lót, tô để vào tầng giữa của xe. Tiếp đó là thu toàn bộ muỗng, vá, tông gấp để chung vào rack và để lên tầng trên cùng của xe cùng với công đá. Tất cả dụng cụ dơ trên các quầy buffet đem ra bộ phận tạp vụ để rửa. Những dụng cụ chưa được sử dụng sẽ cất lại vào tủ.

Dọn 3 bình nước trái cây, rửa sạch, lau khô từng bộ phận và cất vào kho đĩa.

+ Runner (Dọn đồ dơ):

Quan sát thấy các khu đã đầy đồ dơ thì sẽ bắt đầu công việc ngay. Đầu tiên sẽ thu đồ lớn theo thứ tự từ dưới lên là đĩa chính, đĩa tráng miệng và tô. Tiếp đó là thu toàn bộ dụng cụ nhỏ để chung vào mâm lớn, mang công cutlery và thùng rác nước cuối cùng. Đem mâm lớn và công cutlery mới để lại khu. Nhân viên nam dùng vai để mang mâm đồ dơ vào bộ phận tạp vụ.

Cuối ca sẽ thu dọn hết tất cả đồ dơ, mâm và sọt rác. Lau sạch sẽ khu vực để đồ dơ. Chuẩn bị lại khu mới cho giờ Alarcate buổi trưa.

Đặc biệt: công việc này chỉ để nhân viên nam đảm nhiệm vì công việc nặng và nhanh.

Công việc của nhân viên phục vụ:

Kiểm tra khu vực làm việc đã đúng yêu cầu chưa, bàn đã được đặt đúng quy định chưa và các tủ đã đủ dụng cụ ăn, khăn giấy, muối, bình nước và dụng cụ em bé, bổ sung ngay khi còn 1/3, đảm bảo khu vực làm việc luôn trong tình trạng sẵn sàng phục vụ khách.

Chào đón khách, kéo ghế mời khách ngồi, mở ly và đặt dụng cụ ăn sang bên trái của khách.



Phục vụ khách: Nhận yêu cầu trà, cà phê của khách từ nhân viên lễ tân. Yêu cầu cà phê sẽ được chuyển cho nhân viên pha chế.

Trong quá trình phục vụ phải quan sát xem khách có yêu cầu gì không, linh động hỗ trợ khách như mang ghế em bé, lấy khăn giấy, hỏi khách có muốn dùng thêm trà hay cà phê không “Would you to have more tea (coffee)?”,...

Dọn bàn: Chuẩn bị sẵn một cái mâm nhỏ, quan sát từng bàn thu dọn các dụng cụ dơ hoặc khách đã sử dụng xong, đảm bảo trên bàn ăn của khách luôn sạch sẽ. Đặc biệt phải xin phép khách là có thể dọn được hay không “Have you finished?”, “May I

take/clear your plate, sir (madam)?”. Linh động trong việc dọn đồ dơ trên bàn khách và dọn bàn khách đã dùng xong. Sau khi khách đã hoàn toàn kết thúc buổi ăn và rời khỏi nhà hàng thì phải nhanh chóng lau dọn bàn và set up theo quy trình sau:

- Đẩy ghế vào, phủi ghế, thu dọn khăn dơ
- Thu dọn đĩa, tô.
- Thu dọn ly, dụng cụ ăn, đồ nhỏ khác bằng mâm
- Thu placemat và lau bàn.
- Đặt lại bộ dụng cụ ăn mới, đặt muối-tiêu, menu theo đúng vị trí, bổ sung thêm lọ mứt (nếu cần).

10:00: Nhân viên phục vụ mỗi khu có nhiệm vụ thu khay mứt, đường. Bày bàn ăn để chuẩn bị cho phục vụ thực đơn gọi món buổi trưa. Lau lọ tiêu, muối, phủi sạch ghế và lau chân bàn.

Công việc còn lại (11:00-14:00)

Sau khi công việc buổi sáng kết thúc, giám sát nhà hàng sẽ có buổi trao đổi văn tắt với nhân viên. Nhân viên sẽ có 30 phút để ăn trưa và thư giãn.

Tiếp tục các công việc còn lại tại Pantry: Lau ly-tách, lau các dụng cụ ăn uống, đồ sứ, đồ inox,... Sắp xếp, phân loại và đặt đúng vị trí của từng dụng cụ. Đồ sứ sẽ được mang bổ sung vào các tủ ở ngoài nhà hàng.

Giặt tấm trải bàn. Vệ sinh khu vực Pantry, lau sạch bề mặt bàn, vệ sinh bồn rửa, quét và lau sàn.

Thứ hai mỗi tuần, nhà hàng làm tổng vệ sinh khu vực Pantry để đảm bảo sạch sẽ hơn.

2.2. Đánh giá Công việc của nhân viên phục vụ:

2.2.1 Ưu điểm

- Có cơ hội tiếp xúc và giao tiếp bằng tiếng Anh với khách nước ngoài mỗi ngày: Úc, Trung, Hàn, Ấn...
- Hiểu thêm nhiều văn hóa về nước bạn, đặc biệt là văn hóa ăn uống.
- Biết thêm được nhiều loại cà phê, món ăn khác nhau, học được quy trình phục vụ Alacarte và Buffet.

- Môi trường làm việc chuyên nghiệp, năng động giúp bản thân nhanh nhẹn hơn, các anh, chị hỗ trợ tích cực, truyền đạt nhiều kiến thức và kỹ năng, học được cách xử lý các tình huống xảy ra trong quá trình phục vụ khách.
- Tạo thói quen phản xạ tự giác, chú ý công việc để làm tốt nhất, không bị thụ động.
- Học được cách sắp xếp công việc và quản lý thời gian sao cho hợp lý.
- Học được cách giới thiệu, trình bày về nhà hàng và các món ăn nhà hàng phục vụ.
- Vì đang chịu ảnh hưởng của dịch bệnh COVID-19 nên lượng khách có suy giảm. Nhưng ngược lại thì sinh viên sẽ được các anh chị chỉ bảo tận tình hơn.

2.2.2 Nhược điểm

- Ca tối vào những ngày phục vụ buffet, tiệc thường kết thúc ca trễ, khoảng 23h.
- Nhiều dụng cụ nhà hàng còn thiếu như ly để phục vụ cà phê, chén cháo, chén sớt, muỗng, ... nên nhân viên phải ưu tiên lau liên tục. Ngoài ra vì tình trạng thiếu dụng cụ nên chưa có sự đồng bộ khi bày bàn.
- Hiệu quả phục vụ cà phê chưa cao, vì hiện tại chỉ có một máy cà phê phục vụ quầy cà phê thiếu dụng cụ và thời gian chuẩn bị lâu hơn nên phục vụ chậm, khách phàn nàn.
- Lên món hơi chậm vào thời gian cao điểm.
- Việc giao tiếp với khách đôi khi gặp khó khăn đặc biệt khi khách không biết Tiếng Anh. Gặp khó khăn khi phục vụ khách Ấn, Hàn.

2.3. Phân tích, đánh giá những sai khác giữa lý thuyết và thực hành:

Về cơ bản, các kiến thức được học từ nhà trường chỉ là lý thuyết, tuy nhiên trên thực tế, mỗi khách sạn, nhà hàng có những cách vận hành khác nhau, do đó lý thuyết chỉ đúng một phần. Ngoài ra, tình huống, vấn đề khác nhau, chỉ khi gặp phải mới có

thể xử lý, điều này không được học trong lý thuyết, một vài trường hợp khách sạn có cách xử lý khác so với trong lý thuyết.

- Trong quá trình lấy phiếu gọi món không cần phải theo quy tắc như đã được học, mà chỉ cần đảm bảo yêu cầu lấy được sao cho chính xác và nhanh nhất, nhớ được khách nào sử dụng dịch vụ nào và các đặc điểm các món ăn, đồ uống mà khách muốn sử dụng. Nhà hàng áp dụng phương thức “Số seat” khi nhận yêu cầu gọi món của khách, phương thức này đơn giản và hỗ trợ nhiều hơn khi nhận order.

- Theo lý thuyết khi phục vụ phải đứng bên phải khách và dọn đĩa dơ đứng bên trái khách, tuy nhiên đối với một số bàn sát cửa, nhân viên chỉ đứng được một bên của khách.

- Theo lý thuyết phải share đồ ăn cho khách nhưng một vài trường hợp khách chủ động không cần đến nhân viên khi phục vụ tiệc.

- Nhiều kiểu setup khác nhau theo yêu cầu của khách hàng chứ không theo lý thuyết.

2.4. Phân tích kiến thức, kỹ năng, thái độ...đã được học tập.

Những kiến thức thực tế về cách thức hoạt động của một khách sạn như thế nào. Những kiến thức về nội quy, văn hóa của khách sạn.

Các kiến thức và nghiệp vụ nhà hàng: Được tích lũy các kiến thức về trà, cà phê, món ăn mà nhà hàng phục vụ. Học được quy trình phục vụ thực đơn tự chọn, thực đơn gọi món, quy trình phục vụ trà, cà phê, phục vụ khách đoàn, về cách nhận đặt bàn và các hình thức thanh toán cho khách. Kỹ năng bày bàn, gấp khăn ăn, lau dụng cụ, sắp xếp và phân loại từng loại dụng cụ, công dụng của từng loại dụng cụ. Kiến thức về việc bố trí, chuẩn bị quầy buffet.

Các kiến thức khác: Được học cách quản lý thời gian phù hợp để làm việc hiệu quả, kiến thức về bảo quản đồ thất lạc do khách để quên, những kiến thức về văn hóa của một số nước để đón tiếp chu đáo.

Về tác phong: Luôn luôn đến nơi làm việc sớm hơn để chuẩn bị cho ca làm việc, ăn mặc chỉnh tề, tóc luôn gọn gàng, tư thế đứng luôn thẳng để tạo hình ảnh đẹp trong lòng của khách hàng, khi tóc hoặc quần áo không đúng nếp phải xin phép cấp trên có thời gian để chỉnh lại trước khi phục vụ khách hàng. Ngoài ra, phải luôn tươi

cười với khách, không được chỉ tay vào mặt của khách, không được đùa giỡn hoặc nói chuyện quá lớn tiếng trong giờ làm việc.

Kỹ năng lắng nghe: Luôn luôn lắng nghe khách. Cố gắng đáp ứng các yêu cầu, giải đáp thắc mắc của khách trong khả năng cho phép. Khi không hiểu ý khách hoặc vấn đề không nằm trong tầm giải quyết, phải báo ngay cho nhân viên chính thức hoặc cấp trên để được hỗ trợ, không được phớt lờ lời của khách, không được nói không hoặc tôi không biết, “Please wait for a minute, my colleague will come back to help you.”

Kỹ năng giao tiếp: Khi khách cách 10 bước, nở nụ cười thân thiện với khách, khi cách khách 5 bước phải chào khách “Xin chào, Good morning (afternoon, evening), sir, (madam)”. Mắt luôn luôn hướng về khách để phục vụ tận tình chu đáo. Không nên đứng quá gần khách vì làm thế sẽ mất tự nhiên giữa các cuộc đối thoại của khách. Khi muốn dọn đồ dơ trên bàn khách phải luôn luôn xin phép trước.

Kĩ năng chăm sóc khách hàng: Chăm sóc khách từ những điều nhỏ nhất nhất như là giúp khách kéo ghế ngồi vào bàn, lấy ghế em bé, hỏi khách có hài lòng với bữa ăn không và có cần giúp gì nữa không, ... điều này tạo cho khách cảm giác họ luôn được chào đón, được quan tâm và chắc chắn khách sẽ muốn trở lại nhiều lần.

Kỹ năng xử lý tình huống: Được cấp trên hướng dẫn về cách giải quyết và khắc phục những tình huống cơ bản khi khách không hài lòng về chất lượng dịch vụ ở nhà hàng như khi khách đợi cà phê lâu hoặc đồ ăn chưa đúng yêu cầu của khách, ngay lập tức xin lỗi và chuẩn bị mới, trong trường hợp không giải quyết được, phải hỏi ý kiến của cấp trên.

Kỹ năng kiềm chế cảm xúc và chịu được áp lực công việc, đặc biệt khi phục vụ những khách hàng khó tính, những yêu cầu khó, khách phàn nàn và phục vụ trong tình trạng khách đông.

Kỹ năng làm việc nhóm: Chủ động, tự giác trong công việc. Khi có các công việc khác ngoài công việc được giao thì phải bàn giao lại những công việc của mình tại khu vực làm việc của mình cho người khác để người khác cập nhật và xử lý các tình huống sau đó.

2.5. Phân tích kiến thức, kỹ năng, thái độ nào của cá nhân cần được cải thiện, bổ sung.

- Kiến thức về các món ăn có trong menu nhà hàng để khi khách hỏi không bị lúng túng, bị động, và để biết được cần chuẩn bị dụng cụ gì cho khách để dùng món ăn đó.

- Học thêm những thông tin của các loại rượu mạnh và rượu vang, quy trình phục vụ rượu.

- Nâng cao vốn Tiếng Anh và kỹ năng giao tiếp với khách.

- Cần trau dồi thêm kỹ năng giải quyết vấn đề. Vì chưa có nhiều kinh nghiệm làm việc, chưa có thời gian cọ sát với thực tế nên khi vấn đề, tình huống xảy ra, giải quyết chưa thực sự nhanh chóng và hiệu quả nhất.

- Cần rèn luyện thêm sự bình tĩnh, kiềm chế cảm xúc, tính chuyên nghiệp khi xử lý công việc khi quá nhiều công việc phải làm cùng một lúc, khi lấy order của những đoàn khách đông cùng một lúc hoặc đối với những tình huống của khách hàng khó tính.

2.6. Kiến nghị với doanh nghiệp thực tập về quy trình, công việc...

Thực sự khách sạn Liberty Central là một môi trường làm việc rất tốt để sinh viên học tập, trau dồi và phát triển bản thân, có cơ hội thực tập tại đây sẽ là một bước đệm rất tốt để phát triển công việc sau này. Hi vọng nhà hàng cũng như khách sạn sẽ ngày càng phát triển và thu hút khách nhiều hơn đến lưu trú, tham quan, nghỉ dưỡng. Với vị trí là một thực tập sinh, có thời gian trải nghiệm làm việc, nghiên cứu tại khách sạn trong hai tháng vừa qua, em có một số kiến nghị như sau:

- Khách sạn nên tạo điều kiện để thực tập sinh được học thêm các kiến thức về Rượu, tạo điều kiện để thực hành phục vụ khách ăn theo hình thức gọi món.

- Để duy trì hoạt động kinh doanh của nhà hàng được tốt thì nhà hàng cần có những chính sách và kế hoạch tân trang lại các trang thiết bị, dụng cụ, như máy pha cà phê, bình cà phê “French Press”, bổ sung thêm ly, tách, muỗng, chén sốt, chén súp, ... để có thể phục vụ khách tốt nhất, không để khách đợi hoặc tìm kiếm các dụng cụ ăn.

- Tình trạng thiếu số bàn đặc biệt trong trường hợp khách đông phải tách bàn, gây khó khăn cho nhân viên quây trứng, cà phê khi nhận yêu cầu gọi món của khách, nên bổ sung thêm số bàn.

- Ngoài ra, các đối thủ cạnh tranh của khách sạn luôn luôn đưa ra những mức giá và sản phẩm mang tính cạnh tranh hơn, vì vậy khách sạn đặc biệt là nhà hàng Bistro cần có những chính sách về giá tốt hơn trên thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh với các doanh nghiệp khác.

2.7. Kiến nghị với bộ môn, Khoa, Nhà trường.

Nhà trường cần có nhiều sự liên kết với các doanh nghiệp, tạo điều kiện cho sinh viên được đi thực tế nhiều hơn nữa, bắt đầu từ năm hai, nhà trường nên cho sinh viên kiến tập từ 2 đến 3 tuần để thực hành.

Cần có nhiều tiết học thực hành ở trường về quy trình phục vụ, kỹ năng gấp khăn, ứng xử với khách hàng,... để khi đi thực tập sinh viên có thể tiếp thu và vận dụng khi đi thực tập.

Tăng cường thêm giảng viên giảng dạy.

Nâng cao sơ sở vật chất để sinh viên có nhiều cơ hội thực hành những lý thuyết đã học ngay tại nhà trường

Nâng cao chất lượng của trang quản lý sinh viên để việc đăng ký học phần của sinh viên Tổ chức các buổi ngoại khóa giữa thầy cô và sinh viên, để thầy trò hiểu nhau hơn, các mối quan hệ bạn bè trong lớp trở nên tốt hơn. Giúp cho các buổi học trên lớp bớt căng thẳng thuận lợi hơn.

PHẦN III. TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Giáo trình Đại cương Quản trị khu nghỉ dưỡng, tác giả Ths. Lê Chí Công & Ths. Hồ Huy Tựu, nhà xuất bản Đại học Kinh tế quốc dân, 2015.
2. Giáo trình Quản trị kinh doanh khách sạn, Thạc sĩ Nguyễn Thị Hồng Trâm
3. Tài liệu tham khảo từ Internet:
 - <http://www.libertycorp.com.vn/pages/intro.aspx>
 - <http://vietkhanh.khatoco.com/Default.aspx?TabId=2421&id=4681>
 - <http://www.chm.edu.vn/tin-tuc-su-kien/chuc-nang-nhiem-vu-cua-tung-bo-phan-trong-khach-san/>
 - <http://odysseahotels.com/vn/press-releases/khach-s-n-4-sao---liberty-central-nhatrang-chu-n-b-ch-nh-th-c-i-vao-ho-t-ng>
 - <http://www.odysseahotels.com/vn/nhatrang-hotel>
 - <http://www.odysseahotels.com/nhatrang-hotel/room-list>
 - <http://www.odysseahotels.com/nhatrang-hotel/dining%20list>
 - <http://www.odysseahotels.com/nhatrang-hotel/Facilities>
 - <http://www.odysseahotels.com/nhatrang-hotel/meeting-event>
4. Các bài báo cáo, khóa luận của các khóa trước.
5. Số liệu Báo cáo kết quả kinh doanh tháng 1/2021, Khách sạn Liberty Central Nha Trang.