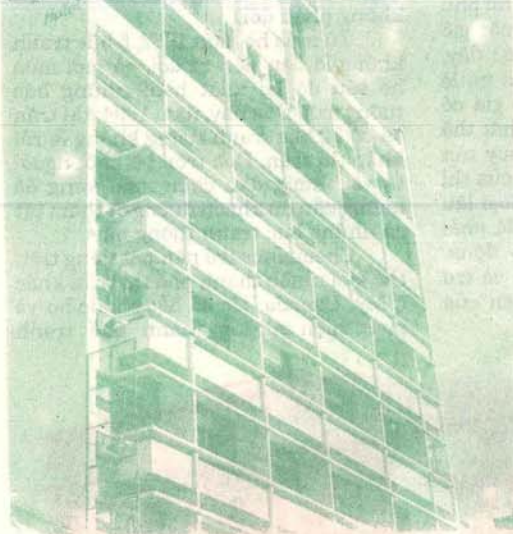


Nằm trên đường Đông Du, nép mình khiêm tốn bên cạnh các "anh, chị" mang tầm cỡ như Rex, Continental, Majestic, Caravelle, Palace... nhưng khách sạn Sài Gòn vẫn luôn thể hiện bản chất ưu việt của mình: kinh doanh hiệu quả và phòng chống tệ nạn mại dâm một cách triệt để nhất.

Thành lập từ năm 1968 cũng với tên gọi là Khách sạn Sài Gòn, nhưng nơi đây được xem như một khu cư xá quân sự dành cho sĩ quan, binh lính Mỹ sử dụng trong thời gian chiến tranh ở VN. Sau ngày giải phóng, khách sạn bị gián đoạn một thời gian. Mãi đến năm 1981 mới được Sở An ninh - Du lịch - Khách sạn tiếp quản và đưa vào sử dụng đúng tính năng. Sau đó, Khách sạn Sài Gòn chịu sự quản lý của UBND Q 1 và thuộc Bến Thành

KHÁCH SẠN SÀI GÒN



tiền là tăng một, rồi đến các tầng hai, ba, bốn... Nhờ bộ phận marketing làm việc tốt nên nhiều lượng khách đã biết tìm đến Khách sạn Sài Gòn.

- Theo ông yếu tố nào quan trọng nhất để khách sạn giữ được một lượng khách đáng kể?

- Tôi nghĩ không gì khác hơn ngoài tinh thần, thái độ phục vụ. Điều này tôi đã nói nhiều với anh chị em CBCNV. Phải làm sao cho khách luôn lưu luyến và tìm thấy không khí thân mật gia đình ở khách sạn của mình. Tôi nghĩ nhiều năm qua CBCNV ở đây đã làm tốt việc chăm sóc khách, thể hiện ở chỗ luôn có những món quà, bó hoa đúng ngày sinh nhật khách, những lời chào, chúc mừng vào các dịp lễ lớn của khách, năm nào chúng tôi cũng tổ chức các buổi lễ Noel, giao thừa ấm cúng cho khách.

MỘT CHUYỂN BIẾN ĐÁNG KHÍCH LỆ TRONG KINH DOANH

XUÂN HÒA

Tourist. Đến năm 1993, Khách sạn Sài Gòn chính thức trở thành một doanh nghiệp nhà nước và hạch toán độc lập. Với 105 phòng kinh doanh luôn đạt năng suất 97%, đây quả là một con số mơ ước của các doanh nghiệp hoạt động ở lãnh vực này. Yếu tố nào đã khiến Khách sạn Sài Gòn thành đạt như vậy? Qua tiếp xúc với ông Lê Thành Chơn, giám đốc Khách sạn Sài Gòn, chúng tôi được biết thêm nhiều chi tiết khá thú vị. Trước năm 1990, Khách sạn Sài Gòn được biết đến như một "địa chỉ đỏ" của tệ nạn mại dâm. Không có một lượng khách đáng kể, công suất phòng chỉ luôn đạt ở mức 20-30%, doanh thu quá thấp, đời sống cán bộ công nhân viên luôn gặp khó khăn. Chính vì những khó khăn ấy đã khiến một số cán bộ công nhân viên ở đây "tiếp tay" cho gái mại dâm hoạt động. Các cô này thuê phòng ở khách sạn dài hạn

để làm "bãi đáp" khi "móc" được khách. Bên cạnh sự xuống cấp về đạo đức ấy, tệ nạn mại dâm còn đem đến không biết bao nhiêu những "phức tạp" khác về an ninh trật tự quanh khu vực: giành mỗi dẫn đến ẩu đả của gái, giới xích lô, bọn ma cô, mất cắp tài sản của khách, của khách sạn, vi phạm chế độ đăng ký lưu trú cho khách... Năm 1989, ông Lê Thành Chơn về nhận chức giám đốc trong một hoàn cảnh rã rời như vậy: khách sạn xuống cấp nghiêm trọng, giường cũ, toàn bộ hệ thống nước hư hỏng, phòng ốc nóng bức, không có hệ thống máy lạnh... Nhưng tệ hại nhất là nạn mại dâm "hoành hoành", chi phối toàn bộ hoạt động của khách sạn, thậm chí đồng chí giám đốc mới về cũng bị gái "quấy", ma cô hăm dọa. Quá bức xúc trước tình trạng tuột dốc của khách sạn, nhất là nhớ lời cô Ba Định động viên: "Anh là bộ

đội phải làm sao đẹp được cái đám mại dâm đó mới thôi nhé!", ông Chơn đã "bắt tay" vào "những việc cần làm ngay". Trước mắt ông kêu gọi cán bộ công nhân viên kiên quyết "tắt chay" các loại tệ nạn trong khách sạn, thực hiện khẩu hiệu "du lịch xanh". Ông lý giải: "Muốn khách sạn có khách phải hoạt động nghiêm túc và uy tín, phải trong sạch, lành mạnh vì đó cũng là truyền thống dân tộc VN". Những ngày đầu khi kiên quyết "đốt sạch" với mại dâm, doanh thu tụt nhanh trông thấy. Nhưng ông không nản lòng mà từng bước thực hiện kế hoạch của mình. Trước mắt, ông cho khôi phục lại các phòng với tiêu chuẩn quốc tế và đảm bảo vệ sinh tuyệt đối. Không có vốn, ông thực hiện chính sách "lấy ngắn nuôi dài" và huy động toàn bộ sự ủng hộ của các cấp lãnh đạo, CBCNV để cải thiện từng bước bộ mặt khách sạn. Đầu

Thậm chí đến lúc khách ốm đau, nhân viên của tôi cũng thăm hỏi ân cần. Chính những cử chỉ quan tâm sâu sắc, nhưng hết sức lịch thiệp đúng đắn đã khiến khách đánh giá khách sạn tốt và từ những khách đầu tiên ấy chúng tôi đã có hàng loạt những người khách kế tiếp.

Chỉ sau chưa đầy bốn năm đi vào kinh doanh độc lập, Khách sạn Sài Gòn đã khẳng định được vị trí của mình. Đời sống CBCNV nâng cao rõ rệt, mức thu nhập hàng tháng không dưới 150 USD. Nhân viên không ai còn nghĩ đến chuyện dùng "gái" để cầu khách vì họ luôn hiểu được danh dự người VN và lòng tự hào dân tộc. Mong rằng những tà áo dài duyên dáng của nhân viên phục vụ ở đây sẽ luôn buộc chặt khách với khách sạn để một Khách sạn Sài Gòn dưới sự lãnh đạo của vị giám đốc năng nổ luôn đứng ở vị trí xứng đáng trong làng du lịch VN. ♣