BỘ CÔNG THƯƠNG

TRƯỜNG CAO ĐẲNG THƯƠNG MẠI VÀ DU LỊCH

GIÁO TRÌNH

MÔN HỌC: TỔNG QUAN NHÀ HÀNG KHÁCH SẠN

NGÀNH: KỸ THUẬT CHẾ BIẾN MÓN ĂN

TRÌNH ĐỘ: CAO ĐẲNG

(Ban hành kèm theo Quyết định số: 410/QĐ-CĐTMDL ngày 05 tháng 07 năm 2022

của Trường Cao đẳng Thương mại & Du lịch)

Thái Nguyên, năm 2022

(Lưu hành nội bộ)

LỜI GIỚI THIỆU

Kinh doanh nhà hàng khách sạn là một trong những ngành nghề kinh doanh chính trong kinh doanh du lịch. Kinh doanh nhà hàng khách sạn đã mang lại thành công lớn cho nhiều người. Để kinh doanh khách sạn có hiệu quả cần có những kiến thức tổng quan về nhà hàng và khách sạn.

Nhằm tạo điều kiện cho người học có một bộ tài liệu tham khảo mang tính tổng hợp, thống nhất và mang tính thực tiễn sâu hơn. Nhóm người dạy chúng tôi đề xuất và biên soạn ***Giáo trình Tổng quan nhà hàng khách sạn*** dành riêng cho người học trình độ Cao đẳng

Nội dung của giáo trình bao gồm các chương sau:

Chương 1: Khái quát chung về khách sạn

Chương 2: Hoạt động kinh doanh khách sạn

Chương 3: Tổ chức bộ máy và cơ sở vật chất của khách sạn

Chương 4: Giới thiệu chung về nhà hàng

Giáo trình Tổng quan nhà hàng khách sạn được nhóm tác giả nghiên cứu, biên soạn nhằm phục vụ giảng dạy và học tập trong trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch, đồng thời là tài liệu tham khảo cho những người yêu thích học phần này.

Trong quá trình biên soạn, chúng tôi dù đã hết sức cố gắng nhưng chắc chắn không tránh khỏi thiếu sót. Vì vậy, chúng tôi mong nhận được những ý kiến đóng góp của bạn đọc để từng bước hoàn thiện giáo trình trong các lần tái bản sau. Mọi đóng góp xin gửi về Khoa Khách sạn – Du lịch, Trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch. Email: khoaksdl2007@gmail.com.

Trân trọng cảm ơn./.

NHÓM TÁC GIẢ

MỤC LỤC

Trang

LỜI GIỚI THIỆU 2
MỤC LỤC 3
GIÁO TRÌNH MÔN HỌC 4
Chương 1: KHÁI QUÁT CHUNG VỀ KHÁCH SẠN 14
1.1. Lịch sử của ngành kinh doanh Khách sạn 16
1.2. Khái niệm Khách sạn 18
1.3. Sản phẩm của Khách sạn 19
1.4. Đặc điểm sản phẩm khách sạn 21
1.5. Vai trò của khách sạn 22
1.6. Chức năng của khách sạn 23
1.7. Phân loại và xếp hạng khách sạn 24
Chương 2: HOẠT ĐỘNG KINH DOANH KHÁCH SẠN 34
2.1. Khái niệm và đặc điểm kinh doanh khách sạn 36
2.2. Ý nghĩa của kinh doanh khách sạn 38
2.3. Các lĩnh vực hoạt động kinh doanh của khách sạn 38
2.4 .Các yếu tố ảnh hưởng đến kinh doanh khách sạn 40
2.5. Xu hướng cơ bản trong phát triển kinh doanh khách sạn 43
Chương 3:TỔ CHỨC BỘ MÁY VÀ CƠ SỞ VẬT CHẤT CỦA KHÁCH SẠN 47
3.1. Cơ cấu tổ chức bộ máy của khách sạn 49
3.2. Cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn 51
Chương 4: GIỚI THIỆU CHUNG VỀ NHÀ HÀNG 58
4.1. Tìm hiểu chung về nhà hàng 60
4.2. Các bộ phận của nhà hàng 63
4.3. Cơ sở vật chất của nhà hàng 63

GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

1. Tên môn học: TỔNG QUAN NHÀ HÀNG - KHÁCH SẠN

2. Mã môn học: MH07

3. Vị trí, tính chất, ý nghĩa và vai trò của môn học:

3.1. Vị trí: Giáo trình dành cho người học trình độ Trung cấp tại trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch.

3.2. Tính chất: Giáo trình "Tổng quan nhà hàng khách sạn" là môn học thuộc nhóm kiến thức cơ sở trong chương trình đào tạo trình độ Cao đẳng: "Kỹ thuật chế biến món ăn".

3.3. Ý nghĩa và vai trò của môn học: Tổng quan nhà hàng khách sạn là môn học khoa học dành cho đối tượng là người học thuộc các chuyên ngành Nghiệp vụ nhà hàng khách sạn...Môn học này đã được đưa vào giảng dạy tại trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch với nội dung chủ yếu là cung cấp các kiến thức và kỹ năng liên quan đến lĩnh vực kinh doanh nhà hàng khách sạn trong thời buổi ngành du lịch đang phát triển mạnh mẽ trên thế giới và cả ở Việt Nam gồm:

- Môn học trang bị các kiến thức cơ bản cho người học về nghiệp vụ kinh doanh trong khách sạn.

- Giúp cho người học hiểu biết về công tác tổ chức, quản lý và điều hành tại các khách sạn.

- Vận dụng kiến thức đã học để tổ chức hoạt động kinh doanh của khách sạn.

4. Mục tiêu của môn học:

4.1. Về kiến thức:

A1. Nhận biết được các kiến thức khái quát về hoạt động kinh doanh nhà hàng - khách sạn

A2. Giải thích được nội dung của hoạt động kinh doanh khách sạn

A3. Giải thích được nội dung của hoạt động kinh doanh nhà hàng

A4. Giải thích được nội dung của tổ chức bộ máy và cơ sở vật chất của khách sạn

4.2 Về kỹ năng:

B1. Phân tích được những hoạt động kinh doanh khách sạn

B2. Nhận dạng được cơ cấu hoạt động kinh doanh nhà hàng, khách sạn

B3. Đánh giá được phương pháp tổ chức bộ máy trong nhà hàng khách sạn.

B4. Phân tích được hoạt động kinh doanh của nhà hàng khách sạn trong thực tiễn.

4.3 Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

C1. Ý thức được tầm quan trọng và ý nghĩa thực tiễn của hoạt động tổ chức kinh doanh trong nhà hàng khách sạn.
C2. Chủ động nghiên cứu tài liệu, tìm kiếm thông tin mới.
C3. Làm việc nhóm, hướng dẫn, điều hành nhóm, đánh giá hoạt động nhóm và kết quả thực hiện

5. Nội dung của môn học

5.1. Chương trình khung

STT	Tên môn học, mô đun	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)			
			Tổng số	Trong đó		
				Lý thuyết	Thực hành/ thực tập/bài tập/thảo luận	Kiểm tra
I	**Các môn học chung**	**12**	**255**	**94**	**148**	**13**
MH01	Chính trị	2	30	15	13	2
MH02	Pháp luật	1	15	9	5	1
MH03	Giáo dục thể chất	1	30	4	24	2
MH04	Giáo dục quốc phòng và an ninh	2	45	21	21	3
MH05	Tin học	2	45	15	29	1
MH06	Ngoại ngữ	4	90	30	56	4
II	**Các môn học chuyên môn**	**61**	**1590**	**454**	**1062**	**74**
II.1	***Môn học cơ sở***	***11***	***165***	***155***	**-**	***10***
MH07	Tổng quan Nhà hàng - khách sạn	2	30	28	-	2
MH08	Sinh lý dinh dưỡng và VSATTP	3	45	43	-	2
MH09	Tâm lý du khách và kỹ năng GT	2	30	28	-	2
MH10	Thương phẩm hàng TP	2	30	28	-	2
MH11	Marketing du lịch	2	30	28	-	2
II.2	***Môn học chuyên môn***	***48***	***1395***	***271***	***1062***	***62***
MH12	Ngoại ngữ ch.ngành PVNH	4	60	57	-	3
MH13	Nghiệp vụ kinh doanh NH-KS	4	60	57	-	3

MH14	Lý thuyết nghiệp vụ lưu trú	4	60	57	-	3
MH15	Lý thuyết nghiệp vụ nhà hàng	4	60	57	-	3
MH16	Lý thuyết chế biến món ăn	3	45	43	-	2
MH17	Thực hành Lễ tân	2	60	-	52	8
MH18	Thực hành Buồng	2	60	-	52	8
MH19	Thực hành Bàn	3	90	-	82	8
MH20	Thực hành Bar	2	60	-	52	8
MH21	Thực hành chế biến món ăn	2	60	-	52	8
MH22	Thực hành nghiệp vụ kinh doanh	2	60	-	52	8
MH23	Thực tập TN	16	720		720	
II.3	***Môn học tự chọn*** *(chọn 1 trong 2)*	***2***	***30***	***28***	***-***	***2***
MH24	Văn hóa ẩm thực	2	30	28	-	2
MH25	Tổ chức sự kiện	2	30	28	-	2
Tổng cộng		**73**	**1845**	**548**	**1210**	**87**

5.2 Chương trình chi tiết môn học

Số TT	Tên chương mục	Thời gian (giờ)			
		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành, thí nghiệm, thảo luận, bài tập	Kiểm tra
1.	**Chương 1: Khái quát chung về khách sạn** 1.1. Lịch sử của ngành kinh doanh khách sạn 1.1.1.Nguồn gốc ngành kinh doanh khách sạn 1.1.2.Các giai đoạn phát triển của ngành kinh doanh khách sạn	**7** 1	**7** 1		

	1.1.3.Sự hình thành, phát triển của kinh doanh khách sạn ở Việt Nam				
	1.2. Khái niệm Khách sạn	1	1		
	1.3. Sản phẩm của Khách sạn				
	1.3.1. Khái niệm	1	1		
	1.3.2. Phân loại sản phẩm khách sạn				
	1.4. Đặc điểm sản phẩm khách sạn	1	1		
	1.4.1.Có sự kết hợp chặt chẽ giữa hai yếu tố cơ bản là hàng hoá và dịch vụ				
	1.4.2.Dịch vụ không lưu kho cất trữ, không vận chuyển được				
	1.4.3.Thời gian sản xuất thường trùng với thời gian tiêu dung				
	1.4.4. Khách mua sản phẩm khách sạn trước khi nhìn thấy (hoặc tiêu dùng nó)				
	1.4.5.Cung thường có giới hạn nhưng cầu có những biến động lớn				
	1.4.6. Sán phẩm khách sạn khó đánh giá				
	1.4.7. Sản phẩm của khách sạn không thể làm lại được				
	1.5. Vai trò của Khách sạn				
	1.5.1. Khách sạn là loại hình cơ sở lưu trú du lịch đặc thù nhất, phổ biến nhất trong hệ thống cơ sở lưu trú	1	1		
	1.5.2. Khách sạn là nơi thực hiện việc xuất khẩu tại chỗ				
	1.5.3. Hoạt động kinh doanh đóng góp vào thu nhập của nền kinh tế quốc dân, mang lại việc làm cho nhiều lao động				

	1.5.4. Khách sạn góp phần vào việc huy động tiền nhàn rỗi hoặc số tiền tiết kiệm được của nhân dân vào hoạt động du lịch. 1.5.5.Kháchsạn là nơi quảng cáo, tuyên truyền về nhà nước, con người sở tại 1.6. Chức năng của khách sạn 1.6.1. Tổ chức sản xuất 1.6.2. Tổ chức lưu thông hàng hoá 1.6.3. Tổ chức tiêu dùng sản phẩm 1.7. Phân loại và xếp hạng khách sạn 1.7.1. Phân loại Khách sạn 1.7.2. Xếp hạng khách sạn	1 1	1 1		
2.	**Chương 2: Hoạt động kinh doanh khách sạn** 2.1.Khái niệm và đặc điểm kinh doanh Khách sạn 2.1.1. Khái niệm kinh doanh khách sạn 2.1.2. Đặc điểm của ngành kinh doanh khách sạn 2.2. Ý nghĩa của kinh doanh khách sạn 2.2.1. Ý nghĩa kinh tế 2.2.2. Ý nghĩa xã hội 2.3. Các lĩnh vực hoạt động kinh doanh của khách sạn 2.3.1. Khối kinh doanh dịch vụ lưu trú 2.3.2. Kinh doanh dịch vụ ăn uống 2.3.3. Kinh doanh dịch vụ bổ sung	**10** 2 2 2	**10** 2 2 2		

	2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến kinh doanh khách sạn 2.4.1. Các yếu tố khách quan 2.4.2. Các yếu tố chủ quan 2.5. Xu hướng cơ bản trong phát triển kinh doanh khách sạn 2.5.1. Các xu hướng cơ bản trong phát triển kinh doanh khách sạn trên thế giới 2.5.2. Các xu hướng cơ bản phát triển kinh doanh khách sạn ở Việt Nam hiện nay	2	2		
3.	**Chương 3: Tổ chức bộ máy và cơ sở vật chất của khách sạn** 3.1.Cơ cấu tổ chức bộ máy của khách sạn 3.1.1. Mô hình cơ cấu tổ chức của khách sạn 3.1.2. Các bộ phận chính trong khách sạn 3.2. Cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn 3.2.1. Khái niệm 3.2.2. Đặc điểm cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn 3.2.3. Vai trò của cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn 3.2.4. Bố trí sắp xếp cơ sở vật chất kĩ thuật trong khách sạn	**8** 5 3	**8** 5 3		
4.	**Chương 4: Giới thiệu chung về Nhà hàng** 4.1. Tìm hiểu chung về nhà hàng 4.1.1. Xuất xứ của dịch vụ phục vụ ăn uống 4.1.2. Khái niệm nhà hàng 4.1.3. Các loại nhà hàng	**5** 1	**5** 1		**2**

	4.1.4. Đặc điểm kinh doanh nhà hàng 4.1.5. Xu hướng phát triển của nhà hàng 4.1.6. Sự hấp dẫn của kinh doanh nhà hàng 4.2. Các bộ phận của nhà hàng 4.2.1. Bộ phận bếp 4.2.2. Bộ phận bar 4.2.3. Bộ phận bàn 4.3. Cơ sở vật chất của nhà hàng 4.3.1. Bếp ăn 4.3.2. Phòng ăn 4.3.3. Quầy bar 4.3.4. Các góc phụ trong phòng ăn chính Kiểm tra	1 1 **2**	1 1 **2**		
	Cộng	**30**	**28**		**2**

6. Điều kiện thực hiện môn học:

6.1. Phòng học Lý thuyết/Thực hành: Đáp ứng phòng học lý thuyết chuẩn

6.2. Trang thiết bị dạy học: Projetor, máy vi tính, bảng, phấn...

6.3. Học liệu, dụng cụ, mô hình, phương tiện: Giáo trình, mô hình học tập,…

6.4. Các điều kiện khác: Người học tìm hiểu thực tế về công tác tổ chức, quản lý, điều hành tại doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

7. Nội dung và phương pháp đánh giá:

7.1. Nội dung:

- Kiến thức: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức
- Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kỹ năng.
- Năng lực tự chủ và trách nhiệm: Trong quá trình học tập, người học cần:

+ Nghiên cứu bài trước khi đến lớp.

+ Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.

+ Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.

+ Nghiêm túc trong quá trình học tập.

7.2. Phương pháp:

Người học được đánh giá tích lũy môn học như sau:

7.2.1. Cách đánh giá

- Áp dụng quy chế đào tạo Trung cấp hệ chính quy ban hành kèm theo Thông tư số 04/2022/TT-LĐTBXH, ngày 30/3/2022 của Bộ trưởng Bộ Lao động - Thương binh và Xã hội; Quy chế Tổ chức đào tạo trình độ trung cấp, cao đẳng theo phương thức tích lũy modun, tín chỉ của Nhà trường ban hành kèm theo Quyết định số 246/QĐ-CĐTMDL ngày 01/06/2022 và hướng dẫn cụ thể theo từng môn học/modun trong chương trình đào tạo.

- Hướng dẫn thực hiện quy chế đào tạo áp dụng tại Trường Cao đẳng Thương mại và Du lịch như sau:

Điểm đánh giá	**Trọng số**
+ Điểm kiểm tra thường xuyên (Hệ số 1)	40%
+ Điểm kiểm tra định kỳ (Hệ số 2)	
+ Điểm thi kết thúc môn học	60%

7.2.2. Phương pháp đánh giá

Phương pháp đánh giá	**Phương pháp tổ chức**	**Hình thức kiểm tra**	**Thời điểm kiểm tra**
Thường xuyên	Tự luận/vấn đáp	Viết/thuyết trình	Sau 4 giờ
Định kỳ	Tự luận/ Trắc nghiệm/ Báo cáo	Viết/Thuyết trình	Sau 28 giờ
Kết thúc môn học	Tự luận và trắc nghiệm	Viết	Sau 30 giờ

7.2.3. Cách tính điểm

- Điểm đánh giá thành phần và điểm thi kết thúc môn học được chấm theo thang điểm 10 (từ 0 đến 10), làm tròn đến một chữ số thập phân.

- Điểm môn học là tổng điểm của tất cả điểm đánh giá thành phần của môn học nhân với trọng số tương ứng. Điểm môn học theo thang điểm 10 làm tròn đến một chữ số thập phân, sau đó được quy đổi sang điểm chữ và điểm số theo thang điểm 4 theo quy định của Bộ Lao động Thương binh và Xã hội về đào tạo theo tín chỉ.

8. Hướng dẫn thực hiện môn học

8.1. Phạm vi, đối tượng áp dụng: Đối tượng Cao đẳng Kỹ thuật chế biến món ăn

8.2. Phương pháp giảng dạy, học tập môn học

8.2.1. Đối với người dạy

*** Lý thuyết:** Áp dụng phương pháp dạy học tích cực bao gồm: thuyết trình ngắn, nêu vấn đề, hướng dẫn đọc tài liệu, bài tập tình huống, câu hỏi thảo luận….

* **Bài tập:** Phân chia nhóm nhỏ thực hiện bài tập theo nội dung đề ra.

*** Thảo luận:** Phân chia nhóm nhỏ thảo luận theo nội dung đề ra.

*** Hướng dẫn tự học theo nhóm:** Nhóm trưởng phân công các thành viên trong nhóm tìm hiểu, nghiên cứu theo yêu cầu nội dung trong bài học, cả nhóm thảo luận, trình bày nội dung, ghi chép và viết báo cáo nhóm.

8.2.2. Đối với người học: Người học phải thực hiện các nhiệm vụ như sau:

- Nghiên cứu kỹ bài học tại nhà trước khi đến lớp. Các tài liệu tham khảo sẽ được cung cấp nguồn trước khi người học vào học môn học này (trang web, thư viện, tài liệu...)

- Tham dự tối thiểu 80% các buổi giảng lý thuyết. Nếu người học vắng >20% số tiết lý thuyết phải học lại môn học mới được tham dự kì thi lần sau.

- Tự học và thảo luận nhóm: là một phương pháp học tập kết hợp giữa làm việc theo nhóm và làm việc cá nhân. Một nhóm gồm 8-10 người học sẽ được cung cấp chủ đề thảo luận trước khi học lý thuyết, thực hành. Mỗi người học sẽ chịu trách nhiệm về một hoặc một số nội dung trong chủ đề mà nhóm đã phân công để phát triển và hoàn thiện tốt nhất toàn bộ chủ đề thảo luận của nhóm.

- Tham dự đủ các bài kiểm tra thường xuyên, định kỳ.

- Tham dự thi kết thúc môn học.

- Chủ động tổ chức thực hiện giờ tự học.

9. Tài liệu tham khảo

- Nguyễn Vũ Hà - Đoàn Mạnh Cương, Tổng quan cơ sở lưu trú du lịch, NXB Lao động, 2006.

- Vũ Đức Minh - Tổng quan du lịch - Trường Đại học Thương mại - 1999.

- Trần Đức Thanh - Nhập môn khoa học du lịch - NXB Đại học Quốc gia Hà nội - 1999.

- Đồng Ngọc Minh, Vương Lôi Đình - Kinh tế du lịch và du lịch học - NXB Trẻ - 2000.

- PGS-TS Trần Minh Đạo - Giáo trình Marketing căn bản - NXB Giáo dục - 2002.

- Lục Bội Minh, Quản lý khách sạn hiện đại, NXB Thông tin, 2000.

- Tổng cục Du lịch, Phân loại, xếp hạng khách sạn Việt Nam, 1985, 1994, 2001, 2009.

- Trường THNV Du lịch Hà nội, Giáo trình nghiệp vụ lễ tân, NXB Văn hoá thông tin, năm 2002.

- Số 44/2005/QH11- Luật du lịch

- Dự án phát triển nguồn nhân lực Việt Nam do EU tài trợ, Tài liệu tiêu chuẩn kỹ năng nghề, 2008

Chương 1

KHÁI QUÁT CHUNG VỀ KHÁCH SẠN

❖ GIỚI THIỆU CHƯƠNG 1

Chương 1 là chương cung cấp cho người học một số kiến thức về lịch sử hình thành ngành kinh doanh nhà hàng, các sản phẩm của khách sạn, vai trò và chức năng của khách sạn, phân loại và xếp hạng khách sạn để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

❖ MỤC TIÊU CHƯƠNG 1

Sau khi học xong chương này, người học có khả năng:

➢ ***Về kiến thức:***

- Trình bày và giải thích được lịch sử hình thành ngành kinh doanh khách sạn, các giai đoạn phát triển của ngành kinh doanh nhà hàng khách sạn

- Trình bày và giải thích được khái niệm khách sạn, phân loại sản phẩm khách sạn

- Vận dụng được các nội dung về chức năng của khách sạn

➢ ***Về kỹ năng:***

- Nhận diện được các loại sản phẩm khách sạn

- Phân tích được cách xếp hạng khách sạn trên thực tế

➢ ***Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:***

- Người học có ý thức, trách nhiệm với công việc được giao.

- Chủ động nghiên cứu tài liệu, tìm kiếm thông tin mới.

- Làm việc nhóm, hướng dẫn, điều hành nhóm, đánh giá hoạt động của nhóm và kết quả thực hiện

❖ PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 1

- Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng: giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận và bài tập chương 1 (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước tài liệu (chương 1) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận và bài tập tình huống chương 1 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.

❖ ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 1

- ***Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng:*** Không

- ***Trang thiết bị máy móc:*** Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác như loa, bảng, phấn...

- ***Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu:*** Chương trình môn học, bài giảng, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.

- ***Các điều kiện khác:*** Không có

❖ KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 1

- **Nội dung:**

✓ *Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức*

✓ *Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kĩ năng.*

✓ *Năng lực tự chủ và trách nhiệm: Trong quá trình học tập, người học cần:*

+ Nghiên cứu bài trước khi đến lớp

+ Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.

+ Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.

+ Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- Phương pháp:

✓ ***Điểm kiểm tra thường xuyên:*** *1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)*

✓ ***Kiểm tra định kỳ lý thuyết:*** *không có*

1.1. Lịch sử của ngành kinh doanh Khách sạn

Ngành kinh doanh khách sạn là kết quả của cuộc cách mạng văn hoá và xã hội trong nhiều thế kỷ.

1.1.1. Nguồn gốc ngành kinh doanh Khách sạn

Lịch sử ghi nhận ngành khách sạn đã bắt đầu xuất hiện từ thế kỷ XVI TCN. Trải qua các thời kỳ, các giai đoạn của lịch sử, mỗi giai đoạn có những đặc điểm riêng tạo cơ sở cho ngành kinh doanh khách sạn, nhà hàng ăn uống phát triển. Khi hàng hóa dư thừa, các thương gia cần di chuyển từ nơi này sang nơi khác để trao đổi hàng hóa lẫn nhau nên cần có nơi ăn nghỉ trên đường đi. Ngoài ra, những người đi chinh phục miền đất mới, họ cần dựng trại để ở, vui chơi, giải trí. Vì vậy, ngành kinh doanh khách sạn ra đời.

Giai đoạn mới xuất hiện, các dịch vụ này vẫn còn ở mức sơ khai, nghèo nàn và thiếu chuyên nghiệp. Qua thời gian, ngành khách sạn dần dần phát triển và hoàn thiện.

Có thể nói khách sạn ra đời lần đầu tiên ở Mỹ và Mỹ được coi là ông tổ của ngành kinh doanh khách sạn.

1.1.2. Các giai đoạn phát triển của ngành kinh doanh Khách sạn.

Vào thời kì chiếm hữu nô lệ, mục đích đi lại của con người chủ yếu là hành hương, thăm viếng lẫn nhau, trao đổi hàng hoá, hoặc mục đích tín ngưỡng tôn giáo. Hầu hết khách thuở ban đầu là những thương gia, hoặc những người lính. Nhà trọ ở thời kỳ này trông giống như một túp lều tranh, khách phải ở chung trong những buồng lớn không có nhà vệ sinh riêng. Có khi khách phải chia sẻ chỗ ở của họ với ngựa và gia súc. Tuy nhiên họ đã có những quy định riêng cho khách và chủ nhà. Giá phòng rất rẻ, chỉ khoảng 2 xu 1 đêm (có thể trao đổi bằng hiện vật, khách sẽ tặng nhà chủ trọ một món quà hoặc hàng hóa tương đương với công sức mà họ đã bỏ ra để phục vụ).

Đến thời kỳ phong kiến, các quán ăn, quán rượu bắt đầu kết hợp phục vụ thực phẩm và đồ uống với lưu trú. Nhà trọ thời kỳ này được xây dựng kiên cố hơn, có chỗ để gia súc riêng. Chủ quán đã quan tâm hơn tới vấn đề vệ sinh, giường ngủ cũng như buồng ở, cho nên giá cả cao hơn so với thời kỳ chiếm hữu nô lệ. Tuy nhiên khách du lịch vẫn còn phải chia sẻ buồng với những khách khác. Vào thời kỳ này đã xuất hiện loại hình Resort Hotel (khách sạn nghỉ dưỡng) ở những nơi phong cảnh đẹp, yên tĩnh, khí hậu tốt.

Thời kỳ tư bản chủ nghĩa, nhu cầu nghỉ ngơi lưu trú phát triển mạnh mẽ nên xuất hiện những nhà trọ có chất lượng cao. Năm 1790, cuộc cách mạng công nghiệp Anh nổ ra đã đem đến nhiều ý tưởng kinh doanh mới cho ngành khách sạn.

Năm 1794, khách sạn đầu tiên trên thế giới được xây dựng tại New York (Mỹ) với quy mô 73 phòng. Năm 1800, Mỹ là nước đi đầu thế giới trong ngành khách sạn – nhà hàng với khả năng phát triển ngành dịch vụ khách sạn một cách có hệ thống.

Năm 1829, khách sạn Tremont House (Boston - Mỹ) được xây dựng với quy mô 170 phòng. Đây trở thành khách sạn lớn nhất và hiện đại nhất thế giới thời bấy giờ. Năm 1874, chủ ngân hàng William Chapman Ralston đã xây dựng một khách sạn sang trọng nhất thế giới gồm 800 buồng, cao 7 tầng, sơ đồ kiến trúc dựa trên những cung điện ở Châu Âu.

Năm 1908, khách sạn Buffalo Statler được xây dựng với nhiều cải tiến vượt bậc: được trang bị hệ thống phòng cháy chữa cháy, có gương lớn để khách soi toàn thân, lắp công tắc đèn ở cửa ra vào, khách hàng được phục vụ báo miễn phí hàng ngày, đội ngũ nhân viên được đào tạo bài bản… Chính vì điều này mà Buffalo Statler trở thành khách sạn kiểu mẫu thời điểm đó.

Năm 1930, cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới nổ ra khiến ngành khách sạn bị ảnh hưởng nặng nề, hàng loạt khách sạn rơi vào tình trạng vắng khách, 85% khách sạn được đem ra cầm cố hoặc bán rẻ để sử dụng cho mục đích khác.

Giai đoạn 1950 – 1960, ngành khách sạn bước vào thời kỳ phát triển thịnh vượng với công suất phòng bình quân đạt 90%/ năm.

Từ năm 1960 đến nay, sự phát triển mạnh mẽ của khoa học – kỹ thuật, đặc biệt là sự phổ biến của phương tiện hàng không đã giúp ngành khách sạn – du lịch ngày càng có nhiều bước đột phá mới.

1.1.3. Sự hình thành, phát triển của ngành kinh doanh khách sạn ở Việt Nam

Năm 1880, Continental là khách sạn đầu tiên của Việt Nam được xây dựng hoàn thành tại Sài Gòn. Tiếp đến, năm 1925 – khách sạn Majestic, năm 1930 – khách sạn Grand. Những khách sạn tại Sài Gòn được xây dựng trong giai đoạn này chủ yếu là để phục vụ nhu cầu ăn ở, giải trí của bộ phận quan chức chứ chưa quảng bá rộng rãi mời gọi khách nước ngoài.

Ở Việt Nam trong thời kỳ 1930 – 1945 có sự phát triển du lịch nội địa. Một số khách sạn, nhà nghỉ đã được xây dựng ở Hà Tiên, Long Hải, Vũng Tàu, Nha Trang, Đại Lãnh, Non Nước, Hạ Long,… Một số trung tâm nghỉ dưỡng miền núi cũng được xây dựng và đầu tư phát triển, nhằm thu hút du khách như: Sapa, Tam Đảo, Đà Lạt,… Tuy nhiên, du lịch thời đó chưa mạnh, nó chỉ ảnh hưởng đến thiểu số dân chúng ở thành thị chủ yếu là những người thuộc tầng lớp trung lưu, và thượng lưu.

Một khoảng thời gian dài do chiến tranh nên du lịch Việt Nam không thể phát triển thêm nữa. Ở miền Nam, do nhu cầu lưu trú của quân đội Mỹ và nhất là các phóng viên nước ngoài đến Việt Nam làm phóng sự nên có xây dựng một số khách sạn ở Sài Gòn như: Caravelle, Rex, Palace, Đồng Khánh, Bát Đạt…

Sau này, khi đất nước được hoàn toàn giải phóng, chính sách mở cửa nền kinh tế đã thu hút các tập đoàn khách sạn lớn trên thế giới đầu tư vào Việt Nam. Nhiều khách sạn lớn được xây dựng: Saigon Prince, Sheraton, Renaissance Riverside… với hệ thống cơ sở vật chất, trang thiết bị hiện đại cùng phong cách quản lý chuyên nghiệp đã đáp ứng được nhu cầu lưu trú của đa số khách nước ngoài.

Đặc biệt từ năm 2003, khi Việt Nam chế ngự thành công đại dịch SARS, cùng với yếu tố tình hình chính trị - xã hội ổn định đã giúp nước ta được du khách quốc tế đánh giá là một trong những điểm đến an toàn nhất thế giới. Bên cạnh đó, cùng với việc sở hữu tài nguyên thiên nhiên phong phú, nhiều danh lam thắng cảnh đẹp là những lý do chính thu hút khách quốc tế đến Việt Nam nhiều hơn.

Trong khoảng thời gian 20 năm trở lại đây, hệ thống cơ sở lưu trú của nước ta đã có bước đột phá mạnh mẽ về số lượng lẫn chất lượng, góp phần quan trọng vào việc thúc đẩy ngành du lịch Việt Nam phát triển. Nếu như tổng kết năm 1998, cả nước chỉ mới có 2.510 cơ sở lưu trú thì đến hết năm 2017, con số này đã lên đến 25.000 cơ sở với hơn 500.000 buồng, trong đó có 116 khách sạn, resort đạt chuẩn 5 sao. Đặc biệt, InterContinental Danang Sun Peninsula Resort đã 4 lần liên tiếp được vinh danh là "Khu nghĩ dưỡng sang trọng bậc nhất thế giới" tại lễ trao giải World Travel Awards – giải thưởng được ví như "Oscar ngành du lịch".

1.2. Khái niệm Khách sạn

Thuật ngữ khách sạn trong tiếng Việt hay còn gọi là Hotel xuất hiện từ thế kỉ IXX, có nguồn gốc từ tiếng Pháp, dùng để chỉ nơi phục vụ ngủ qua đêm cho khách. Cùng với sự phát triển chung của hoạt động dịch vụ thương mại, hoạt động kinh doanh khách sạn cũng phát triển theo. Kéo theo đó có rất nhiều loại hình khách sạn ra đời dưới nhiều hình thức khác nhau. Và mỗi một giai đoạn, mỗi quốc gia đã đưa ra khái niệm với các điều kiện riêng của mình để giải thích vấn đề đó. Do đó, sự nghiên cứu về lịch sử phát triển của hoạt động kinh doanh lưu trú nói chung, của kinh doanh khách sạn nói riêng và khái niệm của nó luôn luôn có sự khác biệt và tính kế thừa. Điều này phản ánh sự phát triển của hoạt động kinh doanh khách sạn ngày càng mở rộng. Vì vậy việc nghiên cứu về khái niệm khách sạn cũng mang tính hệ thống và phù hợp với mức độ phát triển của hoạt động khách sạn ở từng vùng, từng quốc gia.

Tại Mỹ, khách sạn được định nghĩa như sau: "Khách sạn là nơi mà bất kỳ ai cũng có thể trả tiền để thuê buồng ngủ qua đêm ở đó. Mỗi buồng ngủ trong đó phải có ít nhất hai phòng nhỏ (phòng ngủ và phòng tắm). Mỗi buồng khách đều phải có giường, điện thoại và vô tuyến. Ngoài dịch vụ buồng ngủ có thể có thêm các dịch vụ khác như dịch vụ vận chuyển hành lý, trung tâm thương mại (với thiết bị photocopy), nhà hàng,

quầy bar và một số dịch vụ giải trí. Khách sạn có thể được xây dựng ở gần hoặc bên trong các khu thương mại, khu du lịch nghỉ dưỡng hoặc các sân bay."

Cộng hoà Pháp đưa ra khái niệm khách sạn là một cơ sở lưu trú được xếp hạng, có các buồng và căn hộ với các trang thiết bị tiện nghi nhằm thoả mãn nhu cầu nghỉ ngơi của khách trong một khoảng thời gian tương đối dài (có thể là hàng tuần hoặc hàng tháng nhưng không lấy đó làm nơi cư trú thường xuyên), có thể có nhà hàng. Khách sạn có thể hoạt động quanh năm hoặc theo mùa.

Vương quốc Bỉ: Khách sạn phải có ít nhất từ 10 – 15 buồng ngủ với các tiện nghi tối thiểu như phòng vệ sinh và máy điện thoại,…

Hiệp hội khách sạn Bungari: Khách sạn là cơ sở phục vụ cho mọi khách du lịch, nó sản xuất, bán và phục vụ các dịch vụ hàng hóa nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch về lưu trú, nghỉ ngơi, ăn uống, chữa bệnh và giải trí phù hợp với mục đích, động cơ của chuyến đi. Chất lượng và tính đa dạng của các dịch vụ và hàng hóa có trong khách sạn xác định thứ hạng của khách sạn và mục đích kinh doanh của khách sạn là lợi nhuận.

Tiêu chuẩn Việt Nam TCVN 4391 năm 2015 quy định các yêu cầu để xếp hạng khách sạn do Tổng cục Du lịch biên soạn, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch đề nghị, Tổng cục Tiêu chuẩn Đo lường Chất lượng thẩm định, Bộ Khoa học và Công nghệ công bố đã đưa ra khái niệm khách sạn như sau:

"Khách sạn là cơ sở lưu trú du lịch được xây dựng thành khối, đảm bảo chất lượng về cơ sở vật chất, trang thiết bị và dịch vụ cần thiết phục vụ khách".

1.3. Sản phẩm của Khách sạn

1.3.1. Khái niệm

Sản phẩm của khách sạn (Hotel products) là tất cả những dịch vụ và hàng hoá mà khách sạn cung cấp nhằm đáp ứng nhu cầu của khách hàng kể từ khi họ liên hệ với khách sạn lần đầu để đăng kí buồng cho tới khi tiêu dùng xong và rời khỏi khách sạn**.**

1.3.2. Phân loại sản phẩm khách sạn

a. Phân loại theo hình thức thể hiện:

Theo cách phân loại này thì sản phẩm khách sạn được chia thành sản phẩm hàng hoá và sản phẩm dịch vụ.

Sản phẩm hàng hoá là những sản phẩm hữu hình (có hình dạng cụ thể) mà khách sạn cung cấp như: thức ăn, đồ uống, hàng lưu niệm và các hàng hoá khác được bán trong doanh nghiệp khách sạn. Đây là loại sản phẩm mà sau khi trao đổi thì quyền sở hữu sẽ thuộc về người trả tiền. Trong số những sản phẩm hàng hoá thì hàng lưu niệm là một loại hàng đặc biệt, nó có ý nghĩa về mặt tinh thần đặc biệt đối với khách là người từ

những địa phương khác, đất nước khác đến. Chính vì vậy, các nhà quản lí khách sạn thường rất chú ý tới việc đưa những sản phẩm này vào hoạt động kinh doanh của khách sạn.

Sản phẩm dịch vụ (sản phẩm dưới dạng phi vật chất hay vô hình) là những sản phẩm có giá trị về vật chất hoặc tinh thần (hay cũng có thể là một sự trải nghiệm, một cảm giác về sự hài lòng hay không hài lòng) mà khách hàng đồng ý bỏ tiền ra để đổi lấy chúng. Sản phẩm dịch vụ khách sạn bao gồm 2 loại là dịch vụ chính và dịch vụ bổ sung:

Dịch vụ chính: là dịch vụ buồng ngủ và dịch vụ ăn uống nhằm thoả mãn nhu cầu thiết yếu của khách khi họ lưu lại tại khách sạn.

Dịch vụ bổ sung: là các dịch vụ khác ngoài hai dịch vụ trên nhằm thoả mãn các nhu cầu thứ yếu trong thời gian khách lưu lại tại khách sạn.

Đối với dịch vụ bổ sung của khách sạn, người ta lại chia ra thành dịch vụ bổ sung bắt buộc và dịch vụ bổ sung không bắt buộc. Việc tồn tại dịch vụ bổ sung bắt buộc và không bắt buộc tuỳ thuộc vào quy định trong tiêu chuẩn phân hạng khách sạn của mỗi quốc gia.

Mặc dù các sản phẩm của khách sạn tồn tại dưới cả hai hình thức hàng hoá và dịch vụ nhưng hầu như các sản phẩm là hàng hoá đều được thực hiện dưới hình thức dịch vụ khi đem bán cho khách (thời gian, không gian sản xuất và tiêu dùng là trùng nhau). Vì vậy nhiều nhà nghiên cứu cho rằng sản phẩm của khách sạn là dịch vụ. Vì thế hoạt động kinh doanh khách sạn thuộc lĩnh vực kinh doanh dịch vụ.

b.Phân loại theo thành phần cấu thành nên sản phẩm dịch vụ của khách sạn

Nếu xét trên góc độ này thì sản phẩm dịch vụ của khách sạn còn được gọi là sản phẩm trọn gói vì có bao gồm đủ 4 thành phần là phương tiện thực hiện dịch vụ, hàng hoá bán kèm, dịch vụ hiện, dịch vụ ẩn:

Phương tiện thực hiện dịch vụ phải có trước khi dịch vụ có thể được cung cấp. Ví dụ, trong hoạt động kinh doanh buồng ngủ phải có hệ thống các buồng ngủ với đầy đủ các trang thiết bị, tiện nghi cần thiết trước khi cung cấp dịch vụ lưu trú.

Hàng hoá bán kèm là hàng hoá được mua hay tiêu thụ bởi khách hàng trong thời gian sử dụng dịch vụ như: xà phòng, bàn chải đánh răng, giấy vệ sinh, sữa tắm…

Dịch vụ hiện là những lợi ích trực tiếp mà khách hàng dễ dàng cảm nhận được khi tiêu dùng và cũng là những khía cạnh chủ yếu của dịch vụ mà khách hàng muốn mua. Ví dụ trong khách sạn là chiếc giường êm ái trong căn buồng ấm cúng, sạch sẽ…

Dịch vụ ẩn là những lợi ích mang tính chất tâm lí mà khách hàng chỉ cảm nhận được sau khi đã tiêu dùng dịch vụ, như cảm giác về sự an toàn, yên tĩnh khi ở tại khách

sạn hay sự cảm nhận về thái độ phục vụ niềm nở, ân cần, lịch sự và chu đáo của nhân viên phục vụ của khách sạn

1.4. Đặc điểm sản phẩm khách sạn

1.4.1. *Có sự kết hợp chặt chẽ giữa hai yếu tố cơ bản là hàng hoá và dịch vụ*

Sản phẩm của khách sạn được kết hợp chặt chẽ giữa 2 yếu tố cơ bản là hàng hóa và dịch vụ, trong đó dịch vụ chiếm tỷ trọng lớn. Chính vì vậy sản phẩm của khách sạn thường có các đặc điểm phổ biến của dịch vụ.

Sự hài lòng của khách được tạo nên không chỉ bởi chất lượng của đồ ăn, thức uống mà còn chủ yếu là thái độ phục vụ của nhân viên. Hiện nay, nhu cầu mua quà lưu niệm của khách ngày càng tăng cao nên các khách sạn thường cung cấp thêm dịch vụ quà lưu niệm và các dịch vụ vui chơi giải trí.

1.4.2. Dịch vụ không lưu kho cất trữ, không vận chuyển được

Sản phẩm dịch vụ lưu trú mang tính tổng hợp và đa dạng cao bao gồm như: Các dịch vụ bổ sung ăn uống, các dịch vụ lưu trú, vui chơi và giải trí, massage, làm đẹp, giặt giũ, vận chuyển,… Vì tổng hợp nhiều dịch vụ nên cần sự phối hợp có logic, nhuần nhuyễn giữa các bộ phận với nhau, tạo cảm giác thoải mái nhất đối với khách hàng khi sử dụng dịch vụ khách sạn.

Sản phẩm khách sạn không có tính ổn định nên không thể lưu kho hay cất giữ. Bản chất của sản phẩm lưu trú là vô hình và phải tiêu dùng tại chỗ. Chỉ bán và sử dụng trong ngày, nếu có hàng tồn thì sẽ bỏ, không để hôm sau bán đồng nghĩa mất đi cả vốn lẫn lời.

1.4.3. Thời gian sản xuất thường trùng với thời gian tiêu dùng

Quá trình sản xuất ra sản phẩm và quá trình bán sản phẩm diễn ra đồng thời, trong quá trình đó, khách hàng tự tìm đến sản phẩm và tiêu dùng sản phẩm tại chỗ nên quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của khách hàng được diễn ra gần như đồng thời. Sản phẩm khách sạn phải được hoàn thiện ở mức độ cao nhất, không có phế phẩm và cũng không có sản phẩm lưu kho.

Mặt khác việc đánh giá chất lượng sản phẩm chỉ được thực hiện sau quá trình tiêu dùng và phụ thuộc nhiều vào quá trình tiêu dùng của khách (phụ thuộc nhiều vào quá trình giao tiếp, phục vụ giữa nhân viên và khách). Do khoảng cách giữa người cung cấp dịch vụ và khách hàng là ngắn nên yếu tố tâm lý con người có vai trò rất lớn trong việc đánh giá sản phẩm.

1.4.4. Khách thường mua sản phẩm khách sạn trước khi nhìn thấy (hoặc tiêu dùng nó)

Các doanh khách sạn cần phải cung cấp một cách chính xác và đầy đủ nhất các thông tin sản phẩm khách sạn và quy cách sản phẩm cho khách hàng. Vì những sản

phẩm mang tính vô hình của khách sạn đều không thể mua, kiểm tra hay chạm vào được. Khách hàng chỉ có thể cảm nhận bằng cảm giác và trải nghiệm của mình sau khi tiêu dùng xong dịch vụ.

1.4.5. Cung thường có giới hạn nhưng cầu có những biến động lớn

Do quy mô, tính chất, loại hình kinh doanh, cơ sở vật chất... của khách sạn cố định trong thời gian dài nên khả năng cung cấp dịch vụ của khách sạn thường có giới hạn. Trong khi đó nhu cầu dịch vụ của khách hàng thay đổi theo ngày, theo tháng, theo mùa ... đặc biệt là sự chênh lệch giữa mùa du lịch với các mùa khác trong năm.

1.4.6. Sản phẩm khách sạn khó đánh giá

Do sản phẩm của khách sạn khó đánh giá chất lượng nên các khách sạn luôn phải đảm bảo ít sai sót nhất. Khi khách hàng tiêu dùng sản phẩm dịch vụ khách sạn đều có sự tiếp xúc giữa nhân viên với khách hàng, đồng thời cũng có sự giám sát của quản lý khách sạn nên mọi sai sót đều nằm trong sự kiểm soát của khách sạn. Vì thế, khách hàng luôn an tâm khi sử dụng các dịch vụ chất lượng, cao cấp và sang trọng của khách sạn mang đến.

1.4.7. Sản phẩm của khách sạn không làm lại được

Vì sản phẩm của khách sạn được phục vụ trực tiếp cho khách hàng và mỗi sản phẩm gắn liền với không gian và thời gian tạo ra nó do đó sản phẩm không thể làm lại được

1.5. Vai trò của khách sạn

1.5.1. Khách sạn là loại hình cơ sở lưu trú du lịch đặc thù nhất, phổ biến nhất trong hệ thống cơ sở lưu trú

Khách sạn là loại hình lưu trú phổ biến có tính toàn cầu, có tiêu chuẩn, có các thông lệ quốc tế và khu vực. Vậy nên nó đại diện và mang đầy đủ các vai trò của hệ thống cơ sở lưu trú du lịch đối với đời sống kinh tế xã hội.

1.5.2. Khách sạn là nơi thực hiện việc xuất khẩu tại chỗ

Kinh doanh khách sạn là một trong những hoạt động của ngành kinh doanh du lịch, khách sạn là nơi thực hiện việc xuất khẩu tại chỗ đồng thời là một trong các yếu tố cơ bản để khai thác tài nguyên du lịch của địa phương, của Nhà nước. Doanh thu của khách sạn trong đó bao gồm cả doanh thu ngoại tệ chiếm tỷ trọng lớn trong tổng doanh thu của ngành du lịch. Kinh doanh khách sạn tạo điều kiện để xuất khẩu tại chỗ các dịch vụ và hàng hoá mà chúng ta khó có thể xuất khẩu trên thị trường quốc tế.

1.5.3. Hoạt động kinh doanh đóng góp vào thu nhập của nền kinh tế quốc dân, mang lại việc làm cho nhiều lao động

Hoạt động kinh doanh khách sạn có một vị trí rất quan trọng và đóng góp vào thu nhập của nền kinh tế quốc dân, mang lại việc làm cho nhiều lao động. Chính điều này

đã giải quyết được công ăn việc làm và giải quyết được nhiều vấn đề bức xúc của xã hội.

1.5.4. Khách sạn góp phần vào việc huy động tiền nhàn rỗi hoặc số tiền tiết kiệm được của nhân dân vào hoạt động du lịch

Khách sạn thực hiện việc chuyển hoá những nhu cầu hàng hoá của nhân dân sang các dịch vụ nhằm thoả mãn nhu cầu của họ khi đi du lịch và khách sạn đã góp phần vào việc huy động tiền nhàn rỗi hoặc số tiền tiết kiệm được của nhân dân. Khách sạn là nơi thực hiện việc tái phân chia nguồn du lịch trong tầng lớp dân cư và tái thu nhập từ vùng này sang vùng khác (người dân ở vùng này nhưng lại đi du lịch ở vùng khác, họ làm lụng kiếm tiền ở một chỗ nhưng lại tiêu thụ nó ở nơi khác).

1.5.5. Khách sạn là nơi quảng cáo, tuyên truyền về nhà nước, con người sở tại

Khách sạn được ví như một xã hội thu nhỏ, khách nghỉ tại khách sạn có thể hình dung được phần nào về con người, phong tục tập quán cũng như văn hoá xã hội ở địa phương đó. Vì vậy, nếu phục vụ chu đáo ân cần để khách hài lòng là một nguồn lợi cho khách sạn khi khách tuyên truyền, giới thiệu khách sạn mà họ ở cho người thân, bạn bè.

1.6. Chức năng của khách sạn

1.6.1. Tổ chức sản xuất hàng hoá

Trong doanh nghiệp khách sạn, việc sản xuất hàng hoá chính là sản xuất ra các sản phẩm để phục vụ cho khách hàng. Để thực hiện chức năng này, doanh nghiệp khách sạn phải giải quyết ba vấn đề cơ bản đó là sản xuất cái gì, sản xuất như thế nào và sản xuất cho ai.

Các doanh nghiệp khách sạn sản xuất hai loại sản phẩm chính, đó là sản phẩm hàng hóa, và sản phẩm dịch vụ. Khi sản xuất, các khách sạn phải tìm mọi biện pháp để có được các sản phẩm có chất lượng cao, giàu chất dinh dưỡng, giá cả phù hợp nhằm thoả mãn tối đa nhu cầu của người tiêu dùng. Đồng thời, các khách sạn phải phân phối lợi ích để đảm bảo hài hoà giữa lợi ích của Nhà nước, của doanh nghiệp và của người lao động. Như vậy mới có thể tái mở rộng sản xuất.

1.6.2. Tổ chức lưu thông hàng hoá

Lưu thông hàng hoá là quá trình vận động của hàng hoá từ sản xuất đến tiêu dùng thông qua trao đổi, mua bán. Lưu thông hàng hoá bao gồm 2 yếu tố là lưu chuyển và vận chuyển. Nếu thiếu 1 trong 2 yếu tố trên thì không phải là lưu thông hàng hoá. Sau khi sản xuất ra các sản phẩm, doanh nghiệp khách sạn phải tổ chức tiêu thụ sản phẩm của mình, đó là quá trình chuyển hình thái hàng hoá từ hiện vật sang hình thái tiền tệ, quá trình này nhằm mục đích thu hồi lợi ích kinh doanh đã đầu tư ra.

1.6.3. Tổ chức tiêu dùng sản phẩm

Đây là chức năng khác biệt so với các ngành sản xuất vật chất khác. Nếu như ở các ngành sản xuất vật chất khác quá trình bán hàng diễn ra nhanh gọn thì ở ngành khách sạn việc bán hàng diễn ra lâu, phức tạp. Tại nơi khách tiêu dùng cần phải được bố trí trang thiết bị phục vụ như bàn ghế, bát, đĩa, quạt... đồng thời phải có nhân viên phục vụ. Nếu việc tổ chức phục vụ tiêu dùng tốt, thoả mãn nhu cầu khách hàng sẽ làm cho quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm của doanh nghiệp thuận lợi và tạo ra lợi nhuận tối đa cho doanh nghiệp.

1.7. Phân loại và xếp hạng khách sạn

1.7.1. Phân loại khách sạn

a, Phân loại khách sạn theo tiêu chuẩn sao

Theo tiêu chuẩn Việt Nam 4391 năm 2015 khách sạn được phân loại thành 5 cấp độ sao như sau:

- Khách sạn 1 sao: có quy mô từ 10 phòng (buồng) trở lên, đảm bảo đáp ứng các dịch vụ cần thiết cho nhu cầu sinh hoạt, nghỉ dưỡng của du khách và đảm bảo các tiêu chuẩn theo quy định.

- Khách sạn 2 sao: có quy mô từ 20 đến 49 phòng, đảm bảo đáp ứng các dịch vụ cần thiết cho nhu cầu sinh hoạt, nghỉ dưỡng của du khách và đảm bảo các tiêu chuẩn theo quy định.

- Khách sạn 3 sao: có quy mô từ 50 đến 79 phòng, có kiến trúc đẹp, sang trọng,trang thiết bị hiện đại, tiện nghi và chất lượng cơ sở vật chất cùng những dịch vụ đi kèm phải tuân thủ theo quy chuẩn nhất định.

- Khách sạn 4 sao: có quy mô từ 80 đến 99 phòng, có kiến trúc đẹp, sang trọng với phong cách thiết kế độc đáo, ấn tượng. Đồng thời được trang bị đầy đủ trang thiết bị, nội thất tiện nghi, có nhà hàng phục vụ các món ăn Á – Âu, buffet sáng cho khách với đồ ăn, thức uống chất lượng cao đáp ứng đầy đủ nhu cầu của khách.

- Khách sạn 5 sao: có quy mô từ 100 phòng ngủ trở lên, có kiến trúc đẹp, sang trọng với phong cách thiết kế độc đáo, ấn tượng thể hiện được sự sang trọng, quý phái, đảm bảo đầy đủ chất lượng và số lượng về cơ sở vật chất, trang thiết bị đảm bảo cung ứng một cách hoàn hảo các dịch vụ phục vụ nhu cầu sinh hoạt, vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng của các du khách.

b, Phân loại khách sạn theo quy mô buồng phòng

- Khách sạn nhỏ: Mini hotel có quy mô từ 10 đến 49 buồng ngủ, phần lớn chỉ cung cấp dịch vụ lưu trú cho khách, không có các dịch vụ khác. Loại khách sạn này có mức giá lưu trú thấp.

- Khách sạn vừa: có quy mô từ 50 buồng đến 100 buồng, cung cấp phần lớn các dịch vụ cho khách như lưu trú, ăn uống, một số dịch vụ bổ trợ. Loại khách sạn này thường xây dựng ở các điểm du lịch, ở các thị xã, thị trấn và một số xây dựng ở các khu nghỉ mát. Loại khách sạn này thường có mức giá trung bình.

- Khách sạn lớn: thường có từ 100 buồng ngủ trở lên, cung cấp đầy đủ các dịch vụ cho khách, thường được trang bị các trang thiết bị văn minh, hiện đại và thường xây dựng cao tầng, loại này thường có mức giá cho thuê buồng cao.

c, Phân loại khách sạn theo vị trí địa lý

- Khách sạn thành phố (City centre hotel):

Loại khách sạn này được xây dựng ở trung tâm các thành phố lớn, các khu đô thị đông dân cư. Đối tượng phục vụ là khách đi công vụ, tham dự hội nghị, hội thảo, các thương gia, vân động viên và cổ động viên thể thao, khách đi thăm người thân. Khách sạn có quy mô lớn và cao tầng, trang bị các trang thiết bị đồng bộ, sang trọng và hiện đại, thường được xếp thứ hạng cao. Ở nước ta, các khách sạn này tập trung ở thành phố Hà Nội và thành phố Hồ Chí Minh.

- Khách sạn nghỉ dưỡng (Resort hotel):

Loại khách sạn này thường xây dựng ở nơi tài nguyên thiên nhiên như các biển đảo,rừng núi. Kiến trúc xây dựng giống các biệt thự thấp tầng. Đối tượng khách đến các khách sạn này nghỉ ngơi thư giãn, các nhà khoa học nghiên cứu môi trường sinh thái. Các khách sạn này được trang bị khá đồng bộ các tiện nghi phục vụ sang trọng, cung cấp đồng bộ các dịch vụ cho khách. Ở nước ta, các khách sạn nghỉ dưỡng thường tập trung ở Vịnh Hạ Long, Cát Bà, Đồ Sơn – Hải Phòng, Đà Nẵng, Nha Trang, Mũi Né – Bình Thuận, Tam Đảo – Vĩnh Phúc, Sa Pa – Lào Cai, Đà Lạt – Lâm Đồng, vv…

- Khách sạn ven đô (Suburban hotel)

Khách sạn ven đô được xây dựng ở ngoại vi thành phố hoặc ở các trung tâm đô thị. Đối tượng phục vụ của loại khách này thường là khách nghỉ cuối tuần, khách công vụ, khách đi thăm người thân với khả năng thanh toán chi tiêu trung bình. Do vậy, mức độ trang thiết bị các tiện nghi phục vụ khách của khách sạn này đầy đủ và tính sang trọng ở mức độ trung bình, cung cấp các dịch vụ cũng ở mức độ trung bình về chất lượng.

- Khách sạn ven đường (High way hotel) – Motel

Khách sạn ven đường thường được xây dựng ở ven đường giao thông, quốc lộ, cao tốc để phục vụ khách đi lại trên các tuyến đường quốc lộ sử dụng phương tiện ô tô. Loại khách sạn này chủ yếu cung cấp dịch vụ lưu trú, dịch vụ ăn uống và dịch vụ phương tiện vân chuyển như sửa chữa, cung cấp nhiên liệu.

- Khách sạn quá cảnh

Khách sạn này được xây dựng ở sân bay, bến cảng, khu vực các cửa khẩu. Đối tượng phục vụ của khách sạn này là các thương gia, những hành khách của các hãng hàng không quốc tế và các tàu biển quốc tế dừng chân quá cảnh tại sân bay và cảng biển do lịch trình bắt buộc hoặc vì lí do đột xuất.

d, Phân loại khách sạn theo mức độ cung ứng dịch vụ

- Khách sạn cao cấp sang trọng (Luxury hotel):

Khách sạn sang trọng là khách sạn có thứ hạng cao nhất, là khách sạn quy mô lớn, được trang bị bởi những trang thiết bị tiện nghi đắt tiền, sang trọng, được trang hoàng đẹp. Cung cấp mức độ cao nhất về các dịch vụ bổ sung đặc biệt là các dịch vụ bổ sung tại phòng, dịch vụ giải trí ngoài trời, dịch vụ thẩm mĩ (beauty salon, fitness centre), phòng họp…

- Khách sạn với dịch vụ đầy đủ (Full service hotel)

Khách sạn với dịch vụ đầy đủ là những khách sạn bán sản phẩm ra với mức thấp hơn giá của khách sạn cao cấp sang trọng. Thị trường khách của các khách sạn này là đoạn thị trường có khả năng thanh toán tương đối cao. Ngoài ra, các khách sạn cung cấp dịch vụ đầy đủ thường phải có bãi đỗ rộng, cung cấp dịch vụ ăn uống tại phòng, có nhà hàng và cung cấp một số dịch vụ bổ sung ngoài trời.

- Khách sạn cung cấp số lượng các dịch vụ hạn chế (Limitted service hotel)

Loại khách sạn này có quy mô vừa, mức giá trung bình, nhằm vào đối tượng khách có khả năng thanh toán trung bình trên thị trường. Những khách sạn loại này thường chỉ cung cấp một số lượng rất hạn chế về dịch vụ, tuy nhiên vẫn phải đảm bảo những dịch vụ bắt buộc như ăn uống, một số dịch vụ bổ sung như dịch vụ giặt là, cung cấp thông tin, …

- Khách sạn bình dân (Economy hotel)

Loại khách sạn bình dân là những khách sạn có quy mô nhỏ, thứ hạng thấp (1-2 sao), có mức giá thấp trên thị trường. Những khách sạn này có chất lượng cũng đảm bảo tiêu chuẩn nhưng các tiện nghi chỉ ở mức thiết yếu, có thể có hoặc không có dịch vụ phục vụ ăn uống. Tuy nhiên vẫn phải có một số dịch vụ bổ sung đơn giản dịch vụ giặt là, dịch vụ cung cấp thông tin.

e, Phân loại khách sạn theo mức độ liên kết

Nếu phân loại theo tiêu chí này thì khách sạn được chia thành khách sạn độc lập và khách sạn tập đoàn.

Khách sạn độc lập là khách sạn thuộc sở hữu tư nhân, gia đình hoặc một công ty. Các khách sạn này không được sự kiên kết về quyền sở hữu hay quản lý với các khách

sạn khác. Do không có sự ràng buộc về tài chính nên được tự do thu hút thị trường riêng, rất mềm dẻo trong kinh doanh, linh động về giá cả và nhanh chóng đáp ứng với sự thay đổi của thị trường.

Khách sạn tập đoàn (chuỗi khách sạn) là các chuỗi khách sạn cao cấp có mặt ở khắp các nước trên thế giới như tập đoàn Hiiton, Holiday Inn, Accor,... Hệ thống khách sạn này có chất lượng dịch vụ, trang thiết bị và giá cả được chuẩn hóa. Tập đoàn sẽ đặt ra những nguyên tắc chính sách và quy trình hoạt động cho các khách sạn trong tập đoàn của mình

f, Phân loại khách sạn theo hình thức sở hữu

Nếu phân loại theo hình thức sở hữu thì khách sạn được phân loại như sau:

- Khách sạn tư nhân là khách sạn do các cá nhân đầu tư bỏ vốn và điều hành. Do đó, các khách sạn này tự quy định quy chế hoạt động, không bị chi phối bởi các đối tượng khác, có thể thay đổi chiến lược kinh doanh dễ dàng. Tuy nhiên, sẽ gặp khó khăn trong vấn đề vốn, không được tài trợ, chiến lược quảng cáo bị hạn chế.

- Khách sạn nhà nước là khách sạn được bảo trợ 100% vốn của nhà nước. Khách sạn này có sự đảm bảo an toàn về vốn kinh doanh. Chính vì vậy bộ máy quản lý, đội ngũ nhân viên hoạt động hiệu quả do tâm lý được bảo trợ.

- Khách sạn liên doanh trong nước và nước ngoài. Loại hình khách sạn này được đầu tư lớn về cơ sở vật chất, trang thiết bị, đội ngũ nhân viên được đào tạo bài bản do đó chất lượng phục vụ khách được nâng cao, mang tính chuyên nghiệp hơn.

Các khách sạn liên doanh thường liên kết theo chuỗi. Chính sự liên kết này sẽ thu hút được số lượng khách hàng rất lớn, tuy nhiên các khách sạn phải hoạt động theo nguyên tắc chung của chuỗi.

- Khách sạn 100% vốn nước ngoài là khách sạn do nước ngoài đầu tư vốn xây dựng cở sở vật chất kỹ thuật, trang thiết bị, hàng hoá, nhân viên (do người nước ngoài tuyển chọn).

- Khách sạn cổ phần: Do các cổ đông góp vốn, do 1 ban quản trị điều hành. Quyền quyết định do nhà cổ đông.

1.7.2. Xếp hạng khách sạn

1.7.2.1. Sự cần thiết của xếp hạng khách sạn

Xếp hạng khách sạn đảm bảo quyền lợi cho khách hàng qua việc cung cấp thông tin về tiện nghi và chất lượng dịch vụ. Từ đó, khách có thể biết được khả năng, mức độ phục vụ của từng khách sạn, giúp khách lựa chọn theo thị hiếu và khả năng thanh toán của mình.

Đối với chủ khách sạn: dựa vào xếp hạng khách sạn, nhà quản lý, các chủ đầu tư tiến hành xây dựng các tiêu chuẩn định mức cụ thể như tiêu chuẩn xây dựng thiết kế, trang thiết bị, nội thất, tiện nghi, chất lượng dịch vụ, nhân viên,… Đó là cơ sở để giám sát phê duyệt luận chứng kinh tế, kỹ thuật, cấp vốn cho xây dựng, cải tạo hoặc nâng cấp các khách sạn.

Đối với cơ quan quản lý nhà nước: việc xếp hạng khách sạn là căn cứ để các cơ quan chức năng kiểm tra giám sát chất lượng khách sạn theo tiêu chí cụ thể của các hạng khách sạn. Đồng thời, dựa vào hạng khách sạn sẽ xác định được số thuế tương ứng phải nộp Nhà nước.

1.7.2.2. Tiêu chí xếp hạng khách sạn

Ở Việt Nam, khách sạn được xếp hạng theo tiêu chuẩn TCVN 4391:2015, cụ thể như sau:

a. Vị trí, kiến trúc

+ Tiêu chuẩn chung: Vị trí thuận lợi, thiết kế kiến trúc phù hợp với yêu cầu kinh doanh

+ Tiêu chuẩn cụ thể

Hạng 1 sao	**Hạng 2 sao**	**Hạng 3 sao**	**Hạng 4 sao**	**Hạng 5 sao**
VỊ TRÍ				
-	-	- Vị trí rất thuận lợi, dễ tiếp cận - Môi trường cảnh quan đẹp	- Vị trí rất thuận lợi, dễ tiếp cận - Môi trường cảnh quan đẹp	- Vị trí rất thuận lợi, dễ tiếp cận - Môi trường cảnh quan đẹp
THIẾT KẾ KIẾN TRÚC				
-	- Thiết kế kiến trúc thuận tiện.	- Thiết kế kiến trúc thuận tiện , đẹp.	- Thiết kế kiến trúc thuận tiện, đẹp, sang trọng.	- Thiết kế kiến trúc thuận tiện, đẹp, sang trọng, độc đáo.
QUY MÔ BUỒNG NGỦ				
10 buồng ngủ	20 buồng ngủ	50 buồng ngủ	80 buồng ngủ	100 buồng ngủ
NƠI ĐỂ XE				
- Khoảng cách nơi để xe tới	- Khoảng cách nơi để xe tới	- Khoảng cách tới khách sạn tối đa 200m	- Khoảng cách tới khách sạn tối đa 200m	- Khoảng cách tới khách sạn tối đa 200m

khách sạn tối đa 200m	khách sạn tối đa 200m	- Khu vực để xe trong khu vực khách sạn tối thiểu 5% số buồng ngủ.	- Khu vực để xe trong khu vực khách sạn tối thiểu 10% số buồng ngủ.	- Khu vực để xe trong khu vực khách sạn tối thiểu 15% số buồng ngủ.
SẢNH ĐÓN TIẾP				
Diện tích 10 m^2	Diện tích 20 m^2	Diện tích 35 m^2	Diện tích 60 m^2	Diện tích 100 m^2
DIỆN TÍCH BUỒNG NGỦ				
- Buồng đơn: 12m^2 - Buồng đôi: 15m^2	- Buồng đơn: 15m^2 - Buồng đôi: 17m^2	- Buồng đơn: 18m^2 - Buồng đôi: 22m^2	- Buồng đơn: 21m^2 - Buồng đôi: 25m^2 - Buồng đặc biệt: 41m^2	- Buồng đơn: 24m^2 - Buồng đôi: 32m^2 - Buồng đặc biệt: 56m^2 - Buồng đặc biệt cao cấp: 100m^2
NHÀ HÀNG, BAR				
-	- 1 nhà hàng, - Số ghế nhà hàng tối thiểu 50% số giường của khách sạn	- 1 nhà hàng - 1 quầy bar - Số ghế nhà hàng tối thiểu 60% số giường của khách sạn	- 1 nhà hàng phục vụ cả món Âu và món Á - 1 quầy bar - Số ghế nhà hàng tối thiểu 80% số giường của khách sạn	- 2 nhà hàng phục vụ cả món Âu và món Á - 2 quầy bar - Số ghế nhà hàng tối thiểu 80% số giường của khách sạn
PHÒNG HỌP				
-	-	- 1 phòng họp	- 1 phòng họp - 1 phòng hội thảo - 1 phòng hội nghị	- 2 phòng họp - 2 phòng hội thảo - 1 phòng hội nghị

b. Trang thiết bị tiện nghi

+ Tiêu chuẩn chung: Trang thiết bị, tiện nghi các khu vực, dịch vụ đảm bảo đầy đủ, hoạt động tốt, chất lượng phù hợp với từng hạng. Hệ thống điện chiếu sáng, nước sạch, trang thiết bị phòng chống cháy nổ đảm bảo yêu cầu từng khu vực.

+ Tiêu chuẩn cụ thể

Hạng 1 sao	**Hạng 2 sao**	**Hạng 3 sao**	**Hạng 4 sao**	**Hạng 5 sao**

CHẤT LƯỢNG TRANG THIẾT BỊ				
- Chất lượng khá - Bài trí hợp lý - Màu sắc hài hòa - Hoạt động tốt	- Chất lượng khá - Bài trí hợp lý - Màu sắc hài hòa - Hoạt động tốt	- Chất lượng tốt - Bài trí hợp lý - Màu sắc hài hòa - Hoạt động tốt - Đồng bộ	- Chất lượng cao - Bài trí hợp lý - Màu sắc hài hòa - Hoạt động tốt - Đồng bộ - Trang trí nội thất đẹp	- Chất lượng cao - Bài trí hợp lý - Màu sắc hài hòa - Hoạt động tốt - Đồng bộ - Trang trí nội thất đẹp - Hiện đại, sang trọng, nghệ thuật.

c. Dịch vụ và chất lượng phục vụ

+ Tiêu chuẩn chung: Dịch vụ và chất lượng phục vụ phù hợp theo quy định đối với từng hạng tương ứng.

+ Tiêu chuẩn cụ thể

Hạng 1 sao	**Hạng 2 sao**	**Hạng 3 sao**	**Hạng 4 sao**	**Hạng 5 sao**
CHẤT LƯỢNG PHỤC VỤ				
- Có quy trình phục vụ khách của khách sạn. - Phục vụ đúng quy trình kỹ thuật nghiệp vụ - Thái độ thân thiện	- Có quy trình phục vụ khách của khách sạn. - Phục vụ đúng quy trình kỹ thuật nghiệp vụ - Thái độ thân thiện	- Có quy trình phục vụ khách của khách sạn. - Phục vụ đúng quy trình kỹ thuật nghiệp vụ - Thái độ thân thiện - Tay nghề kỹ thuật cao, nhanh nhẹn, nhiệt tình, chu đáo.	- Có quy trình phục vụ khách của khách sạn. - Phục vụ đúng quy trình kỹ thuật nghiệp vụ - Thái độ thân thiện - Tay nghề kỹ thuật cao, nhanh nhẹn, nhiệt tình, chu đáo. - Đảm bảo tính chuyên nghiệp trong phục vụ	- Có quy trình phục vụ khách của khách sạn. - Phục vụ đúng quy trình kỹ thuật nghiệp vụ - Thái độ thân thiện - Tay nghề kỹ thuật cao, nhanh nhẹn, nhiệt tình, chu đáo. - Đảm bảo tính chuyên nghiệp trong phục vụ. - Chất lượng phục vụ hoàn hảo

d. Người quản lý và nhân viên phục vụ

+ Tiêu chuẩn chung: Được đào tạo chuyên môn, nghiệp vụ, ngoại ngữ, tin học phù hợp với vị trí công việc và loại hạng khách sạn. Có sức khỏe phù hợp với yêu cầu công

việc, được kiểm tra định kỳ theo quy định của pháp luật (có giấy chứng nhận của cơ quan y tế có thẩm quyền).

+ Tiêu chuẩn cụ thể

Hạng 1 sao	**Hạng 2 sao**	**Hạng 3 sao**	**Hạng 4 sao**	**Hạng 5 sao**
NGƯỜI QUẢN LÝ				
- Tốt nghiệp trung cấp chuyên ngành du lịch	- Tốt nghiệp trung cấp chuyên ngành du lịch - 1 năm kinh nghiệm	- Tốt nghiệp cao đẳng chuyên ngành du lịch - 2 năm kinh nghiệm - Biết 1 ngoại ngữ thông dụng tương đương bậc 3	- Tốt nghiệp đại học chuyên ngành du lịch - 2 năm kinh nghiệm - Biết 1 ngoại ngữ thông dụng tương đương bậc 4	- Tốt nghiệp đại học chuyên ngành du lịch - 3 năm kinh nghiệm - Biết 1 ngoại ngữ thông dụng tương đương bậc 4
TRƯỞNG CÁC BỘ PHẬN				
	- Tốt nghiệp sơ cấp nghề - 1 năm kinh nghiệm - Sử dụng được tin học văn phòng	- Tốt nghiệp trung cấp nghề - 2 năm kinh nghiệm - Sử dụng tốt tin học văn phòng	- Tốt nghiệp cao đẳng nghề - 2 năm kinh nghiệm - Sử dụng tốt tin học văn phòng	- Tốt nghiệp cao đẳng nghề - 3 năm kinh nghiệm - Sử dụng tốt tin học văn phòng
NHÂN VIÊN PHỤC VỤ				
- Có tham gia lớp tập huấn nghiệp vụ	- Có 80% nhân viên tham gia lớp tập huấn nghiệp vụ - Có 20% nhân viên có chứng chỉ nghề	- Có 50% nhân viên tham gia lớp tập huấn nghiệp vụ - Có 50% nhân viên có chứng chỉ nghề	- Có 30% nhân viên tham gia lớp tập huấn nghiệp vụ - Có 70% nhân viên có chứng chỉ nghề - Sử dụng được tin học văn phòng	- Có 30% nhân viên tham gia lớp tập huấn nghiệp vụ - Có 70% nhân viên có chứng chỉ nghề - Sử dụng được tin học văn phòng

TRANG PHỤC				
- Mặc trang phục đúng quy định của khách sạn, có phù hiệu tên trên áo	- Mặc trang phục đúng quy định của khách sạn, có phù hiệu tên trên áo	- Mặc trang phục đúng quy định của khách sạn, có phù hiệu tên trên áo - Kiểu dáng đẹp, phù hợp với chức danh và vị trí công việc - Màu sắc hài hoà, thuận tiện	- Mặc trang phục đúng quy định của khách sạn, có phù hiệu tên trên áo - Kiểu dáng đẹp, phù hợp với chức danh và vị trí công việc - Màu sắc hài hoà, thuận tiện - Chất liệu tốt, phù hợp với môi trường - Có phong cách riêng của khách sạn	- Mặc trang phục đúng quy định của khách sạn, có phù hiệu tên trên áo - Kiểu dáng đẹp, phù hợp với chức danh và vị trí công việc - Màu sắc hài hoà, thuận tiện - Chất liệu tốt, phù hợp với môi trường - Có phong cách riêng của khách sạn - Trang phục làm việc được khách sạn giặt là

e. Bảo vệ môi trường, vệ sinh ATTP và an ninh, an toàn, phòng chống cháy nổ

+ Tiêu chuẩn chung: Thực hiện tốt các quy định về bảo vệ môi trường, vệ sinh an toàn thực phẩm và an ninh, an toàn, phòng chống cháy nổ.

+ Tiêu chuẩn cụ thể

Hạng 1 sao	**Hạng 2 sao**	**Hạng 3 sao**	**Hạng 4 sao**	**Hạng 5 sao**
BẢO VỆ MÔI TRƯỜNG				
- Thực hiện tốt các quy định về bảo vệ môi trường	- Thực hiện tốt các quy định về bảo vệ môi trường	- Thực hiện tốt các quy định về bảo vệ môi trường	- Thực hiện tốt các quy định về bảo vệ môi trường	- Thực hiện tốt các quy định về bảo vệ môi trường
VỆ SINH AN TOÀN THỰC PHẨM				

- Thực hiện tốt các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm	- Thực hiện tốt các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm	- Thực hiện tốt các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm	- Thực hiện tốt các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm	- Thực hiện tốt các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm
AN NINH, AN TOÀN, PHÒNG CHỐNG CHÁY NỔ				
- Thực hiện tốt các quy định về an ninh, an toàn, phòng chống cháy nổ	- Thực hiện tốt các quy định về an ninh, an toàn, phòng chống cháy nổ	- Thực hiện tốt các quy định về an ninh, an toàn, phòng chống cháy nổ - Hệ thống camera khu vực công cộng	- Thực hiện tốt các quy định về an ninh, an toàn, phòng chống cháy nổ - Hệ thống camera khu vực công cộng	- Thực hiện tốt các quy định về an ninh, an toàn, phòng chống cháy nổ - Hệ thống camera khu vực công cộng

❖ CÂU HỎI THẢO LUẬN

Câu 1: Hãy nêu lịch sử hình thành ngành kinh doanh khách sạn, các giai đoạn phát triển của ngành kinh doanh khách sạn.

Câu 2: Trình bày khái niệm khách sạn. Các sản phẩm của khách sạn?

Câu 3: Để phân loại khách sạn cần dựa trên các tiêu trí nào?

Câu 4: Trình bày các đặc điểm sản phẩm khách sạn?

Câu 5: Tại sao các sản phẩm của khách sạn lại khó đánh giá và không thể làm lại được?

Câu 6: Nêu và phân tích về chức năng của khách sạn?

Câu 7: Trình bày cơ sở để phân loại và xếp hạng khách sạn?

Chương 2

HOẠT ĐỘNG KINH DOANH KHÁCH SẠN

❖ GIỚI THIỆU CHƯƠNG 2

Chương 2 là chương cung cấp cho người học một số kiến thức cơ bản như khái niệm, đặc điểm, ý nghĩa của kinh doanh khách sạn các lĩnh vực hoạt động kinh doanh của khách sạn, các yếu tố ảnh hưởng đến kinh doanh khách sạn và xu hướng cơ bản trong phát triển kinh doanh khách sạn để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở chương tiếp theo

❖ MỤC TIÊU CHƯƠNG 2

Sau khi học xong chương này, người học có khả năng:

➢ ***Về kiến thức:***

- *Trình bày và giải thích được khái niệm, đặc điểm, ý nghĩa kinh doanh nhà hàng - khách sạn.*
- *Trình bày và giải thích được các lĩnh vực kinh doanh của khách sạn*
- *Vận dụng được các phương pháp để phát triển để phát triển kinh doanh khách sạn trong thực tế.*

➢ ***Về kỹ năng:***

- *Nhận diện được các yếu tố ảnh hưởng đến kinh doanh trong nhà hàng – khách sạn.*
- *Phân tích được các xu hướng cơ bản trong phát triển kinh doanh khách sạn ở Việt Nam và trên Thế giới hiện nay.*

➢ ***Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:***

- *Người học có ý thức, trách nhiệm với công việc được giao.*
- *Chủ động nghiên cứu tài liệu, tìm kiếm thông tin mới.*
- *Làm việc nhóm, hướng dẫn, điều hành nhóm, đánh giá hoạt động của nhóm và kết quả thực hiện*

❖ PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 2

- *Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng: giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận và bài tập chương 1 (cá nhân hoặc nhóm).*
- *Đối với người học: chủ động đọc trước tài liệu (chương 2) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận và bài tập tình huống chương 2 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.*

❖ ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 2

- ***Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng:*** Không
- ***Trang thiết bị máy móc:*** Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác như loa, bảng, phấn...
- ***Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu:*** Chương trình môn học, bài giảng, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.

- ***Các điều kiện khác:*** Không có

❖ **KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 2**

- **Nội dung:**

✓ *Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức*

✓ *Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kĩ năng.*

✓ *Năng lực tự chủ và trách nhiệm: Trong quá trình học tập, người học cần:*

+ Nghiên cứu bài trước khi đến lớp

+ Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.

+ Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.

+ Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- **Phương pháp:**

✓ ***Điểm kiểm tra thường xuyên:*** *1 bài kiểm tra*

✓ ***Kiểm tra định kỳ lý thuyết:*** *không có*

2.1. Khái niệm và đặc điểm kinh doanh khách sạn

2.1.1. Khái niệm kinh doanh khách sạn

+ Theo nghĩa hẹp: Kinh doanh KS chỉ đảm bảo việc phục vụ nhu cầu ngủ, nghỉ cho khách.

+ Theo nghĩa rộng: Kinh doanh ks là hoạt động cung cấp các dịch vụ phục vụ nhu cầu nghỉ ngơi, ăn uống và các nhu cầu khác của khách.

+ Kinh doanh Khách sạn là hoạt động kinh doanh cung cấp hàng hoá, dịch vụ lưu trú, ăn uống và các dịch vụ bổ sung cho khách nhằm mục đích lợi nhuận.

Kinh doanh khách sạn là một hoạt động kinh tế dịch vụ cao cấp mang tính chất tổng hợp nhất, nó phục vụ việc lưu trú của khách như dịch vụ ăn uống và các dịch vụ bổ sung khác.

- Hoạt động kinh tế nhằm mục đích lợi nhuận

- Dịch vụ -> cung cấp các dịch vụ

- Cao cấp -> sự thoả mãn nhu cầu tinh thần cho khách hưởng thụ

- Tổng hợp: Khách sạn như là một xã hội thu nhỏ, có dịch vụ (cắt tóc, đổi tiền, mua vé xem triển lãm, ca nhạc….)

2.1.2. Đặc điểm của ngành kinh doanh khách sạn

* Kinh doanh khách sạn phụ thuộc vào tài nguyên du lịch.

Chúng ta biết rằng tài nguyên du lịch là điều kiện tiền đề thôi thúc người dân đi du lịch. Trước tiên một khách sạn muốn thu hút được khách thì khách sạn phải được tọa lạc tại điểm có tài nguyên du lịch, có thể có rất nhiều các khách sạn được xây dựng nên, một khách sạn muốn thu hút được khách đến phải có kiến thức độc đáo, hài hòa với cảnh quan xung quanh, nếu mang nét cổ kính thì bên trong cũng phải đầy đủ tiện nghi hiện đại để đáp ứng yêu cầu cao của khách du lịch.

⇨ Vì vậy, các khách sạn thường được xây dựng ở những nơi có tài nguyên thiên nhiên và cảnh đẹp, để khách sạn có thể khai thác mọi lợi thế về nguồn khách tham quan.

* Kinh doanh khách sạn đòi hỏi phải có vốn đầu tư lớn:

Nói đến vốn đầu tư thì có lẽ không một ngành kinh doanh nào lại không cần đến, tuy nhiên do đặc thù của hoạt động kinh doanh khách sạn nên đòi hỏi vốn đầu tư ban đầu và trong những năm tiếp theo phải cao. Nhất là trong giai đoạn hiện nay với hiện tượng "toàn dân làm du lịch, toàn dân xây khách sạn " đã bộc lộ nhiều yếu kém như cơ sở lưu trú, cơ sở vật chất kỹ thuật có chất lượng không đảm bảo thì yêu cầu đầu tư lại càng phải được quan tâm hơn để các khách sạn khẳng định được vị thế của mình trên thị trường.Bên cạnh đó thị trường cạnh tranh ngày càng gay gắt, các khách sạn mới xây

dựng lên ngày càng nhiều, được trang bị những thiết bị hiện đại hơn vượt trội về ưu thế và chất lượng vì thế những khách sạn được xây dựng ở thời kỳ trước phải đầu tư xây dựng, bổ sung nhiều dịch vụ mới và trang thiết bị mới để có thể đứng vững trên thị trường.

Do tính chất lượng cao của sản phẩm khách sạn:

+ Vốn đầu tư đất đai, chi phí cơ sở hạ tầng, xây dựng cơ bản

+ Chi phí các hạng mục công trình đòi hỏi chất lượng cao với trang thiết bị, tiện nghi hiện đại.

+ Cơ sở vật chất kĩ thuật cần xét:

- Tính tiện nghi: đồng bộ, hiện đại. Sự đồng bộ thể hiện qua màu sắc hài hoà, không tương phản, có chung một dòng sản phẩm, thương hiệu.
- Tính thẩm mỹ
- An toàn: tính mạng, tài sản của khách
- Vệ sinh

* Kinh doanh khách sạn cần lực lượng lao động trực tiếp lớn và có trình độ chuyên môn cao:

+ Sản phẩm chủ yếu mang tính phục vụ -> không thể cơ giới được

+ Thời gian phục vụ: 24/24 giờ mỗi ngày

+ Do khách rất đa dạng về trình độ, quốc tịch, độ tuổi -> Đòi hỏi nhân viên phải có trình độ giao tiếp khác nhau để phù hợp với từng đối tượng khách

+ Trong quá trình phục vụ khách trong khách sạn đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ và đồng bộ giữa các bộ phận và con người nhằm phục vụ tốt nhất, chỉ một khâu pv không tốt sẽ ảnh hưởng đến danh tiếng và uy tín của ks. Đặc điểm này đòi hỏi phải có một trình độ tổ chức phối hợp nhịp nhàng, đồng bộ và phải nâng cao trình độ nhận thức thông qua đào tạo, huấn luyện

+ Kỹ năng nghề nghiệp rất cao, thể hiện ở các bộ phận buồng, bàn, bar, bếp

* Kinh doanh Khách sạn mang tính quy luật: Kinh doanh KS chịu sự chi phối của một số quy luật như quy luật tự nhiên, quy luật kinh tế – xã hội, quy luật tâm lý

Khách sạn là một doanh nghiệp, một tế bào trong nền kinh tế nên cũng chịu ảnh hưởng của các quy luật kinh tế như quy luật cung cầu, cạnh tranh giá cả, quy luật tâm sinh lý của con người

* Kinh doanh KS đòi hỏi phải có uy tín và danh tiếng: Trong nền Kinh tế thị trường đặc biệt là trong hoạt động kinh doanh dịch vụ thì danh tiếng và uy tín của KS là vũ khí cạnh tranh trong cuộc cạnh tranh nguồn khách của các KS

2.2. Ý nghĩa của kinh doanh khách sạn

2.2.1. Ý nghĩa kinh tế

Là một trong những hoạt động chính của ngành du lịch và thực hiện các nhiệm vụ quan trọng của ngành. Thông qua kinh doanh lưu trú và ăn uống của khách sạn, một phần trong quỹ tiêu dùng của người dân được sử dụng vào việc tiêu dùng của các dịch vụ và hàng hóa của các doanh nghiệp khách sạn tại điểm du lịch. Vì vậy kinh doanh khách sạn còn là tăng GDP của vùng và của cả một quốc gia.

Kinh doanh khách sạn phát triển góp phần tăng cường vốn đầu tư trong và ngoài nước, huy động được vốn nhàn rỗi trong dân cư.

Các khách sạn là các bạn hàng lớn của nhiều ngành khác nhau trong nền kinh tế.

Kinh doanh khách sạn luôn đòi hỏi một lượng lao động trực tiếp tương đối lớn. Do đó phát triển kinh doanh khách sạn góp phần giải quyết một khối lượng lớn công ăn việc làm cho người lao động.

2.2.2. Ý nghĩa xã hội

Thông qua việc đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi trong thời gian đi du lịch của con người, kinh doanh khách sạn góp phần gìn giữ và phục hồi khả năng lao động và sức sản xuất của người lao động.

Hoạt động kinh doanh khách sạn còn làm tăng nhu cầu tìm hiểu di tích lịch sử văn hóa của đất nước và các thành tựu của công cuộc xây dựng và bảo vệ đất nước, góp phần giáo dục lòng yêu nước và lòng tự hào dân tộc cho thế hệ trẻ.

Kinh doanh khách sạn còn tạo điều kiện thuận lợi cho sự gặp gỡ giao lưu giữa mọi người từ mọi nơi, mọi quốc gia khác nhau, các châu lục trên thế giới. Điều này làm tăng ý nghĩa vì mục đích hòa bình hữu nghị và tính đại đoàn kết giữa các dân tộc của kinh doanh du lịch nói chung và kinh doanh khách sạn nói riêng.

Kinh doanh khách sạn là nơi chứng kiến những sự kiện ký kết các văn bản chính trị, kinh tế quan trọng trong nước và trên thế giới. Vì vậy kinh doanh khách sạn đóng góp tích cực cho sự phát triển giao lưu giữa các quốc gia và dân tộc trên thế giới trên nhiều phương diện khác nhau.

2.3. Các lĩnh vực hoạt động kinh doanh của khách sạn

2.3.1. Khối kinh doanh dịch vụ lưu trú

* Khái niệm: Là hoạt động kinh doanh nhằm cung cấp các dịch vụ cho thuê buồng ngủ và các dịch vụ bổ sung khác trong thời gian lưu lại tạm thời tại các điểm du lịch nhằm mục đích lợi nhuận.

- Là hoạt động kinh doanh chính chủ yếu của đa số khách sạn và cũng là hoạt động thu hút vốn đầu tư lớn nhất trong khách sạn.

* Các hạng buồng:

+ Buồng hạng tiêu chuẩn (Standard)

+ Buồng hạng sang (Superior)

+ Buồng hạng cao cấp (Deluxe)

+ Buồng đặc biệt (Suite)

* Các kiểu buồng:

+ Buồng đơn (single)

+ Buồng đôi (Double/ twin)

+ Buồng ba (triple)

+ Buồng bốn (Quad)

+ Buồng ngủ 2 phòng (Family room)

2.3.2. Kinh doanh dịch vụ ăn uống

*** Khái niệm:** kinh doanh ăn uống trong du lịch bao gồm các hoạt động chế biến bán và phục vụ nhu cầu tiêu dùng các thức ăn, đồ uống và cung cấp các dịch vụ khác nhau nhằm thoả mãn các nhu cầu về ăn uống và giải trí tại các nhà hàng (khách sạn) cho khách nhằm mục đích có lãi.

* **Đặc điểm**:

- Tính chuyên môn hoá cao

- Phục vụ khách hàng ngay tại cơ sở của mình

- Không được trợ cấp từ các quỹ tiêu dùng xã hội, đây chính là điểm khác biệt so với kinh doanh ăn uống công cộng

- Khách đến khách sạn, nhà hàng không chỉ để thưởng thức món ăn, đồ uống mà còn để thoã mãn nhu cầu về thẩm mỹ (trang trí) và giải trí (âm nhạc)

- Kinh doanh ăn uống nhằm mục đích kiếm tiền sinh lợi nhuận là chủ yếu

- Quy trình: Chế biến thức ăn -> bán sản phẩm chế biến và hàng hoá bán kèm -> tổ chức phục vụ

2.3.3. Kinh doanh dịch vụ bổ sung

*** Khái niệm**:

Đây là những dịch vụ ra đời muộn hơn so với các hoạt động kinh doanh khác trong khách sạn.

Là những dịch vụ bổ trợ cho dịch vụ chính (lưu trú, ăn uống) nhằm thoả mãn nhu cầu đồng bộ cho khách khi lưu trú tại khách sạn cho nên cung cấp dịch vụ bổ sung có ý nghĩa rất quan trọng trong việc đa dạng hoá các loại hình dịch vụ.

* Mục đích của kinh doanh dịch vụ bổ sung

- Thu hút tối đa nhu cầu sử dụng sản phẩm của khách hàng
- Tạo ra lợi nhuận tối đa từ sử dụng dịch vụ của khách
- Thoả mãn tối đa nhu cầu sử dụng dịch vụ của khách

* Các nhóm dịch vụ bổ sung cơ bản:

- Nhóm 1: Dịch vụ bổ sung đáp ứng nhu cầu hàng ngày của khách

Ví dụ: điện thoại, giặt là

- Nhóm 2: Dịch vụ bổ sung đáp ứng nhu cầu vui chơi giải trí, thư giãn của khách

Ví dụ: sàn nhảy, sòng bạc

- Nhóm 3: Dịch vụ bổ sung nâng cao tiện nghi sinh hoạt

Ví dụ: Phục vụ đồ ăn tại phòng

- Nhóm 4: Dịch vụ bổ sung cho công việc kinh doanh

Ví dụ: Văn phòng, phiên dịch

- Nhóm 5: Dịch vụ khác: Mua quà, đặt vé máy bay**,** hộ chiếu….

2.4 .Các yếu tố ảnh hưởng đến kinh doanh khách sạn

2.4.1. Các yếu tố khách quan

Yếu tố kinh tế:

Tình trạng kinh tế của một nước sẽ ảnh hưởng đến việc đi du lịch của cư dân nước đó, khi người dân có kinh tế ổn định no đủ thì sẽ nảy sinh nhu cầu di du lịch. Đây cũng là điều kiện để thu hút các nhà đầu tư vào hợp tác xây dựng các khu du lịch, xây dựng các khách sạn.

Yếu tố chính trị:

- Yếu tố chính trị là yếu tố ảnh hưởng đến tâm lý của du khách khi họ lựa chọn loại hình du lịch và điểm đến du lịch, vì nhà nước an toàn du khách sẽ thường chọn những điểm du lịch có chế độ chính trị ổn định và VN là một trong điểm du lịch lý tưởng về mức độ an toàn

- Khẩu hiệu kinh doanh của chúng ta: " VN - điểm đến an toàn và thân thiện" trong khi tình hình khu vực có nhiều biến động. Trong những năm vừa qua VN được

coi là điểm đến an toàn và thân thiện. Tháng 11/2005 VN thu hút 3,1 triệu du khách quốc tế đến.

Yếu tố văn hoá

- Bản sắc văn hoá là nguồn tài nguyên vô tận của ngành du lịch và bản thân nó đã tạo nên một loại hình du lịch văn hoá

- Nền văn hoá dân tộc với phong tục tập quán, lễ hội truyền thống và các di tích cổ xưa luôn có sức quyễn rũ với khách du lịch vì nó thoả mãn được nhu cầu tìm hiểu những điều mới lạ của du khách.

Yếu tố ngành

- Là yếu tố mắt xích trong dây chuyền kinh doanh khách sạn và ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động kinh doanh ks.

- Trong yếu tố ngành gồm có những yếu tố:

Đội ngũ lao động: Là yếu tố quan trọng có ảnh hưởng đến chất lượng dịch vụ của khách sạn

Mức độ khai thác tài nguyên: Tài nguyên du lịch là yếu tố để hấp dẫn khách, để kéo dài thời gian lưu trú của khách, vì vậy nếu khách sạn tổ chức khai thác tốt thì khả năng cạnh tranh sẽ rất cao

Yếu tố tự nhiên

Yếu tố tự nhiên ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh khách sạn ở cả hai mặt tích cực và tiêu cực.

- Tích cực: Khách sạn ở vị trí có cảnh quan tự nhiên đẹp -> Khách lưu trú dài ngày hơn -> lợi nhuận cao

- Tiêu cực: Nếu có những thiên tai động đất, sóng thần, mưa lũ sẽ làm cản trở hành trình của khách.

2.4.2. Các yếu tố chủ quan

** Văn hoá trong hoạt động phục vụ khách*

- Sự mong đợi của khách hàng: khách hàng thường có ý nghĩ khác nhau về cái họ hy vọng có được khi nghỉ tại khách sạn, trải qua nhiều thời gian thì khách hàng càng mong đợi nhiều hơn về chất lượng phục vụ của khách sạn. Vì vậy mà các khách sạn thường phải cải thiện cơ sở vật chất kỹ thuật của mình để đáp ứng nhu cầu của khách. khách sạn phải quan tâm đến khách hàng của mình và cải tạo cho khách một ý thức là họ được phục vụ tốt, họ là người rất quan trọng với khách sạn. Khách hàng là cần thiết cho sự sống còn của khách sạn. Người ta thường nói: Nhân viên khách sạn phải là người

đọc được ý nghĩ của người khác, phải luôn cởi mở, thân thiện, phải chào đón khách với nụ cười duyên dáng vui vẻ, bất chấp thời gian hoặc khối lượng công việc.

- Để giao tiếp có hiệu quả, chúng ta cần đặt ra câu hỏi sau:
  - What? : cái gì
  - How? : Bằng phương thức nào?
  - When: Khi nào?
  - Who: với ai?
  - Which: cái gì?
  - Why: tại sao?
- Giao tiếp bằng lời

Trong khách sạn giao tiếp bằng lời là hình thức quan trọng nhất với khách hàng và rất quan trọng để giúp chúng ta hiểu đúng. Do vậy cần lưu ý lắng nghe một cách cẩn thận những điều khách đang nói và kiểm tra lại một cách cẩn trọng xem ta đã hiểu chính xác những gì họ nói chưa.

Cần quan tâm đặc biệt rằng ngôn ngữ không phải là tiếng mẹ đẻ vì điều này có thể tạo ra sự nhầm lẫn.

Cần giữ kín đáo khi thảo luận vấn đề với khách ở nơi công cộng vì khách không muốn công việc của họ trong khách sạn bị mọi người biết được.

- Việc đàm thoại qua điện thoại là rất khác so với giao tiếp trực tiếp với khách hàng. Lúc này bạn sẽ không nhìn được những phản ứng mà khách hàng đang có. Vì vậy, bạn cần phải thận trọng những gì đang nói qua điện thoại, đặc biệt là khi chưa biết được đối tượng đang nói là ai.

** Yếu tố trang phục*

- Nhân viên phục vụ trong khách sạn phải mang trang phục đồng bộ khi làm việc. Kiểu chất liệu, màu sắc phải phù hợp với khí hậu, thời tiết trong năm và cấp hạng của khách sạn.
- Trang phục phải thuận tiện cho nhân viên đi lại và phục vụ khách
- Sự đồng nhất trong trang phục thể hiện cấp độ sao của khách sạn, mỗi một nhân viên ks có một loại trang phục khác nhau phù hợp với công việc của họ.

** Yếu tố giá cả*

Các loại giá:

+ Theo dịch vụ: - R/ O (Room Only): Là giá chỉ thuê phòng

- R/ B (Room Breafast): Là giá kèm ăn sáng

+ Theo lượng khách: đi lẻ/ theo đoàn

+ Theo lứa tuổi: trẻ em (< 12 tuổi), người lớn

+ Theo đối tượng khách: quốc tịch

+ Giá công bố (giá niêm yết)- rack rate: Là loại giá để Ks công bố ra bên ngoài về giá bán của Ks mình.

Giá công bố thường cao hơn giá bán thường để bán cho khách lẻ, khách vãng lai hoặc khách kí gửi.

+ Giá liên kết: Là loại giá sử dụng bán cho các công ty du lịch, khách hàng quen biết. Giá bán thấp hơn so với giá thông thường.

+ Giá cao (max rate): Sử dụng bán cho đối tượng khách Vip, những đối tượng khách có khả năng chi trả cao, chi dùng những sản phẩm cao cấp của Ks (ở phòng đắt, sử dụng sản phẩm chất lượng cao).

+ Giá trong hoặc ngoài mùa vụ (in/off season rate)

- Các tiêu chí để thoả mãn 1 mức giá bán hợp lý:

- Mức giá đó phải đủ khả năng chi trả có lãi.
- Mức giá đó phải được khách hàng chấp nhận
- Mức giá đó phải tương xứng với các dịch vụ và sản phẩm của Ks
- Mức giá đó phải đủ sức cạnh tranh trên thị trường

- Các nhân tố ảnh hưởng đến việc đưa ra một mức giá bán:

- Vị trí của Ks.
- Đặc điểm tiêu dùng của khách.
- Danh tiếng và uy tín của tập đoàn Ks.
- Tính mùa vụ.
- Pháp luật (quy định việc xếp sao, giá bán).

2.5. Xu hướng cơ bản trong phát triển kinh doanh khách sạn

2.5.1. Các xu hướng cơ bản trong phát triển kinh doanh khách sạn trên thế giới

Xu hướng Phòng thông minh

Trong thời đại ngày nay, công nghệ đóng vai trò vô cùng quan trọng, có thể quyết định thành bại của mỗi khách sạn. Hầu hết khách hàng hiện đại là những người am hiểu về công nghệ và muốn tận hưởng một bầu không khí thân thiện với công nghệ. Các khách sạn có thể nghĩ đến việc trang bị cho các căn phòng của mình các tiện ích và đồ chơi công nghệ như máy tính bảng, trợ lý ảo sử dụng công nghệ giọng nói, rèm cửa, hệ

thống ánh sáng tự động và còn hơn thế nữa. Những công nghệ này đã rất phổ biến trên thị trường với mức giá phải chăng.

Xu hướng Trí tuệ nhân tạo (AI)

AI là yếu tố quan trọng trong Big Data (Dữ liệu lớn). Nếu được ứng dụng hiệu quả, nó có thể giúp khách sạn hiểu rõ khách hàng của mình hơn. Giống như mọi năm, các khách sạn sẽ tìm cách đẩy khả năng của máy học đến góc xa nhất trong hoạt động kinh doanh của họ. Bằng cách trang bị cho mình các công cụ như quản lý doanh thu và chatbot, khách sạn có thể tăng chỉ số hài lòng của khách hàng và doanh thu của mình.

Xu hướng Các dịch vụ cá nhân hóa

Các dịch vụ được cá nhân hóa đã và luôn luôn rất quan trọng để làm hài lòng khách hàng. Không có gì tốt hơn là nhận được một dịch vụ cá nhân hoặc một sản phẩm tại khách sạn mà bạn yêu thích. Các khách sạn đang hướng tới sự trung thành để thu hút khách hàng.

Xu hướng Tính xanh, bền vững

Tính xanh, bền vững là xu hướng mới nhất trong ngành khách sạn. Nhiều khách sạn đang tìm kiếm các sáng kiến khác nhau để giảm lượng khí thải carbon của họ. Ngày càng nhiều du khách quan tâm tới vấn đề môi trường. Do đó, các khách sạn nên tìm cách trung hòa lượng carbon càng sớm càng tốt.

Xu hướng Các kỳ nghỉ cuối tuần

Thời buổi lên kế hoạch cho một kỳ nghỉ đã sắp tới hồi kết. Mọi người đang dần trở thành những người ra quyết định nhanh chóng, và họ thích "xách balo lên và đi" ngay lập tức. Chúng ta sẽ chứng kiến một sự tăng trưởng tích cực trong các kỳ nghỉ cuối tuần. Để thu hút đối tượng du khách này, các khách sạn nên nghĩ đến việc tạo ra các gói khuyến mại vào cuối tuần.

Xu hướng Người ảnh hưởng (Influencer)

Influencer marketing – hình thức marketing dựa trên những người ảnh hưởng (influencer) để truyền thông điệp của thương hiệu đến khách hàng, sẽ tiếp tục được sử dụng. Những influencer này sẽ ảnh hưởng đến nhiều người đi du lịch hơn bằng cách nêu bật những trải nghiệm khác nhau mà du khách có thể có qua việc ghi hình những trải nghiệm của họ ở những điểm đến khác nhau.

Xu hướng Sáng kiến của chính phủ

Du lịch là một yếu tố rất quan trọng để xác định sự nổi bật của một quốc gia trên thị trường toàn cầu. Các chính phủ sẽ đưa ra nhiều sáng kiến hơn để thu hút khách du lịch địa phương cũng như du khách nước ngoài. Chẳng hạn, sẽ có sự gia tăng thị thực điện tử.

Xu hướng Du lịch nước ngoài

Toàn cầu hóa đã đóng một vai trò quan trọng trong việc xóa nhòa biên giới giữa các quốc gia. Mọi người đang đi du lịch và sẽ đi du lịch nhiều hơn đến các quốc gia khác. Kể từ khi sự cạnh tranh giữa các hãng hàng không tăng lên, nhiều dịch vụ hàng không đang cung cấp giá vé máy bay tốt nhất và giúp du khách dễ dàng đi du lịch bất cứ nơi nào với chi phí hiệu quả. Du khách có thể đến các quốc gia khác nhau, gặp gỡ những người mới và trải nghiệm văn hóa và ẩm thực địa phương. Năm 2019 sẽ là một năm bùng nổ của các chuyến du lịch quốc tế.

Xu hướng Du lịch sinh thái

Du lịch sinh thái sẽ ngày càng phổ biến khi người dân đi du lịch nhiều hơn đến những địa điểm thích hợp. Đó là xu hướng trốn thoát khỏi "khu rừng bê tông" mà tất cả chúng ta đang sống, để hòa mình với thiên nhiên và trải nghiệm vẻ đẹp đích thực.

2.5.2. Các xu hướng cơ bản trong phát triển kinh doanh khách sạn ở Việt Nam hiện nay

Xu hướng Kinh doanh khách sạn thông qua các kênh OTA

OTA là tên viết tắt của Online Travel Agent, là hình thức du lịch trực tuyến chuyên bán các sản phẩm và dịch vụ du lịch như phòng khách sạn, tour du lịch, vé máy bay,… cho các nhà cung cấp dịch vụ. Không giống như các đại lý truyền thống, người dùng khi mua hàng, bán hàng và thanh toán thông qua OTA được xử lý online từ đặt chỗ đến dịch vụ cho đến thanh toán. Khách sạn sẽ làm việc với OTA để đăng thông tin, khách hàng đặt phòng trên các hệ thống website này và OTA sẽ nhận được phần trăm hoa hồng của khách sạn khi bán được sản phẩm.

Xu hướng Sử dụng công nghệ trong kinh doanh I0T

IoT - Internet of Things là một khái niệm đơn giản có nghĩa là kết nối tất cả các thiết bị kỹ thuật số với Internet để làm cho chúng trở nên "thông minh" hơn. Việc sử dụng các giải pháp IoT trong ngành khách sạn góp phần vào tăng trưởng doanh thu như: phần mềm quản lý khách sạn, Thực tế ảo - công nghệ AR hay công nghệ nhận dạng khuôn mặt

Xu hướng kinh doanh bảo vệ môi trường

Theo một nghiên cứu gần đây của Sustainable Hospitality Alliance, 1% lượng khí thải CO2 toàn cầu được tạo ra bởi ngành khách sạn, mặc dù chỉ 1%, nhưng đó cũng là cực kỳ đáng báo động, khi trong tương lai, ngành khách sạn đang ngày một được mở rộng. Chính vì thế, năm 2022 sẽ hứa hẹn là bước đặt nền móng cho xu hướng kinh doanh khách sạn bảo vệ môi trường.

Xu hướng Nâng cao chất lượng dịch vụ

Trải nghiệm của khách hàng đóng một phần không hề nhỏ trong việc tăng doanh thu dành cho công việc kinh doanh của bạn. Chính vì thế mà việc luôn phải đổi mới và nâng cao chất lượng dịch vụ là một trong những nhiệm vụ tối quan trọng của bất cứ chủ đầu tư nào, đặc biệt là trong ngành dịch vụ đặc thù như kinh doanh nhà hàng hay khách sạn.

Xu hướng Kinh doanh theo Combo khách sạn

Combo là hình thức mua hàng kết hợp nhiều mặt hàng cùng lúc. Combo trong khách sạn - nhà hàng được hiểu là tổng hợp các dịch vụ lẻ trong gói dịch vụ tổng hợp để bán cho khách hàng (ví dụ: 1 combo bao gồm: phòng hạng sang + buffet + đưa đón sân bay + vé du lịch ...). Trong lĩnh vực nhà hàng - khách sạn, kết hợp là hình thức bán dịch vụ và sản phẩm, thường được sử dụng vào những thời điểm nhất định trong năm để thu hút khách hàng và mang lại lợi thế cho cả khách hàng và công ty.

❖ CÂU HỎI THẢO LUẬN

Câu 1: Anh/chị hãy trình bày các lĩnh vực hoạt động kinh doanh của khách sạn?

Câu 2: Theo anh/chị, yếu tố nào ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh nhà hàng-khách sạn.Vì sao?

Câu 3: Anh/chị hãy trình bày khái niệm, đặc điểm và ý nghĩa của ngành kinh doanh khách sạn?

Câu 4: Anh/chị hãy cho biết xu hướng phát triển kinh doanh khách sạn ở Việt Nam hiện nay là gi?

Chương 3

TỔ CHỨC BỘ MÁY VÀ CƠ SỞ VẬT CHẤT CỦA KHÁCH SẠN

❖ GIỚI THIỆU CHƯƠNG 3

Chương 3 là chương cung cấp cho người học một số kiến thức cơ bản như khái niệm doanh nghiệp, nhà hàng, khách sạn và cơ cấu tổ chức doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn để người học có được kiến thức nền tảng và dễ dàng tiếp cận nội dung môn học ở những chương tiếp theo.

❖ MỤC TIÊU CHƯƠNG 3

Sau khi học xong chương này, người học có khả năng:

➢ ***Về kiến thức:***

- *Trình bày và giải thích được khái niệm, loại hình doanh nghiệp, phân loại các cơ sở kinh doanh.*
- *Trình bày và giải thích được khái niệm, ý nghĩa, yêu cầu, căn cứ của cơ cấu tổ chức doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn.*
- *Vận dụng được các nội dung về cơ cấu tổ chức doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn trong thực tế.*

➢ ***Về kỹ năng:***

- *Nhận diện được các loại hình doanh nghiệp.*
- *Phân tích được các kiểu cơ cấu tổ chức doanh nghiệp phù hợp với thực tế.*

➢ ***Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:***

- *Người học có ý thức, trách nhiệm với công việc được giao.*
- *Chủ động nghiên cứu tài liệu, tìm kiếm thông tin mới.*
- *Làm việc nhóm, hướng dẫn, điều hành nhóm, đánh giá hoạt động của nhóm và kết quả thực hiện*

❖ PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 3

- *Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng: giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận và bài tập chương 1 (cá nhân hoặc nhóm).*
- *Đối với người học: chủ động đọc trước tài liệu (chương 1) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận và bài tập tình huống chương 1 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.*

❖ ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 3

- ***Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng:*** Không
- ***Trang thiết bị máy móc:*** Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác như loa, bảng, phấn...
- ***Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu:*** Chương trình môn học, bài giảng, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.
- ***Các điều kiện khác:*** Không có

❖ **KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG** 3

- **Nội dung:**

✓ *Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức*

✓ *Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kĩ năng.*

✓ *Năng lực tự chủ và trách nhiệm: Trong quá trình học tập, người học cần:*

+ Nghiên cứu bài trước khi đến lớp

+ Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.

+ Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.

+ Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- **Phương pháp:**

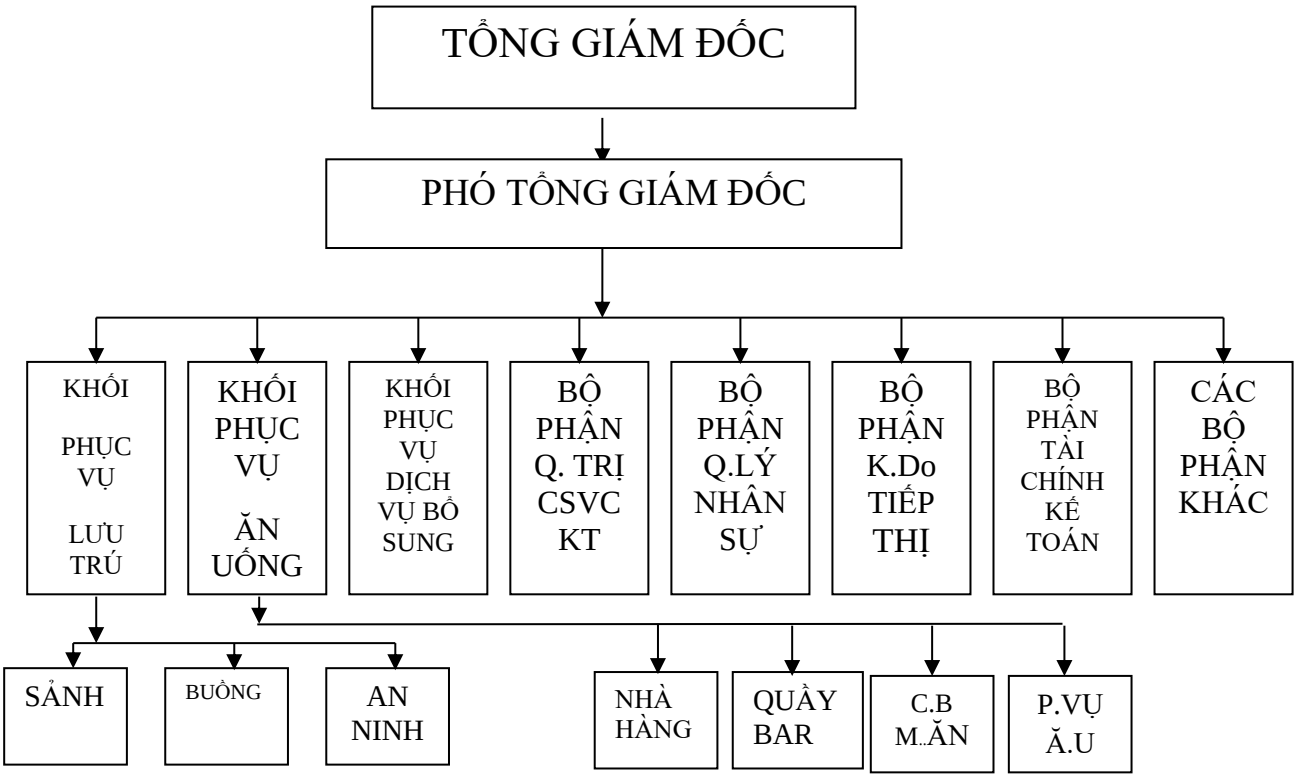
✓ ***Điểm kiểm tra thường xuyên:*** *1 điểm kiểm tra (hình thức: hỏi miệng)*

✓ ***Kiểm tra định kỳ lý thuyết:*** *không có*

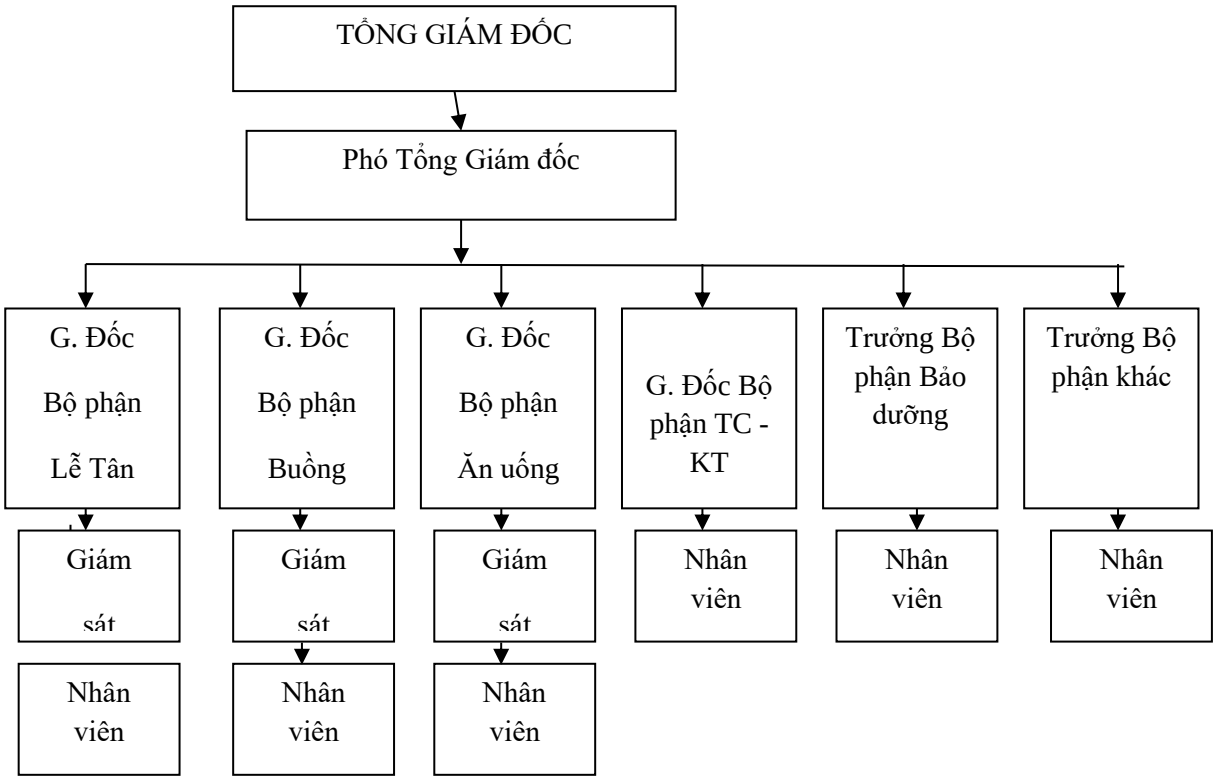
3.1. Cơ cấu tổ chức bộ máy của khách sạn

3.1.1. Mô hình cơ cấu tổ chức của khách sạn

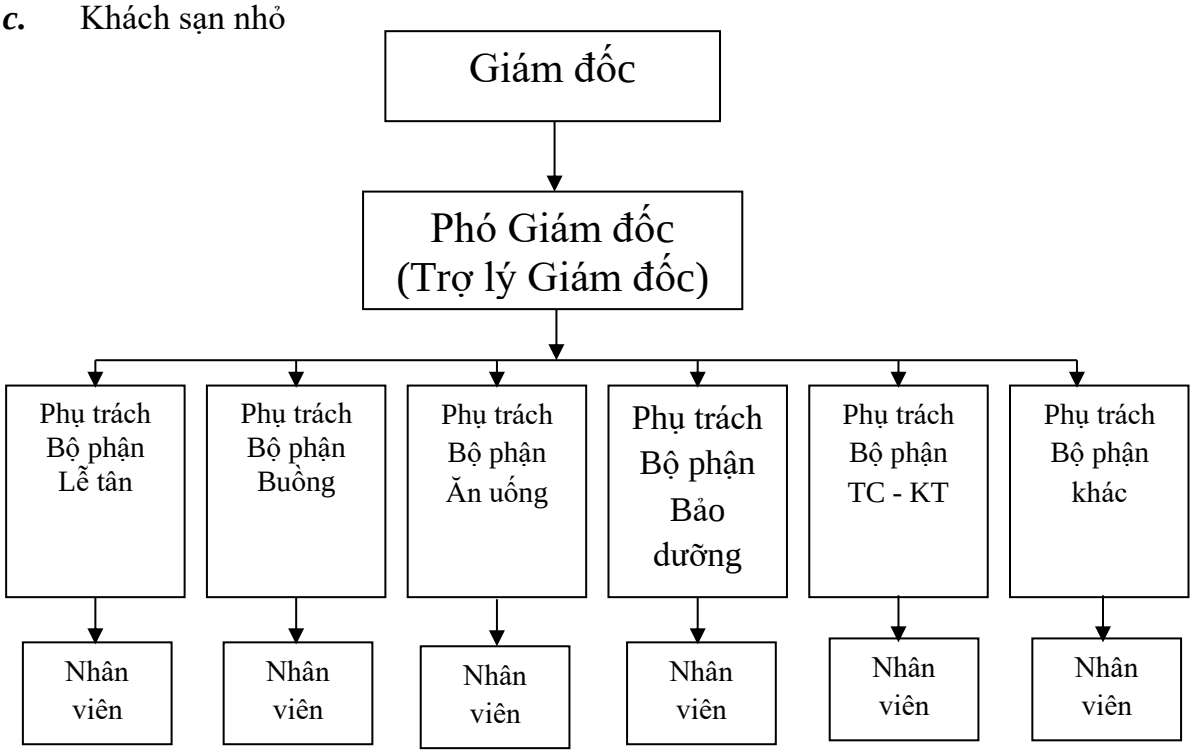
a, Khách sạn lớn



b. Khách sạn trung bình



c. Khách sạn nhỏ



3.1.2. Các bộ phận chính trong khách sạn

a, Khối phục vụ lưu trú

- ✓ Đóng vai trò cơ bản trong việc cung cấp các dịch vụ cho khách trong suốt thời gian khách lưu trú tại khách sạn
- ✓ Tạo nên doanh thu chủ yếu cho ks
- ✓ Gồm các bộ phận: Lễ tân, buồng và bộ phận hỗ trợ đón tiếp
- ✓ Đối với ks có quy mô vừa và lớn: Bộ phận Lễ tân thuộc bộ phận tiền sảnh, đảm nhiệm chức năng đặt buồng, đón tiếp, tổng đài điện thoại, thu ngân, hành lý, quan hệ khách hàng, hỗ trợ đón tiếp và một số dịch vụ khác.

b, Khối phục vụ ăn uống

- ✓ Chịu trách nhiệm dịch vụ ăn uống: ăn nhanh, ăn gọi món, ăn theo món quy định, ăn tiệc, phục vụ ăn uống tại buồng ngủ của khách
- ✓ Các bộ phận gồm: Hệ thống nhà hàng, quầy bar, bộ phận chế biến món ăn, các điểm phục vụ dịch vụ ăn uống.

c, Bộ phận bảo vệ – an ninh

- Chịu trách nhiệm bảo vệ an ninh, an toàn tính mạng và tài sản của khách và cán bộ công nhân viên ks
- Thực hiện tuần tra 24/24 h trong và ngoài khu vực ks và giám sát các trang thiết bị của khách sạn

d, Bộ phận tài chính – kế toán

Trách nhiệm theo dõi mọi hoạt động tài chính của ks, thực hiện các công việc kế toán. kiểm soát chi phí và doanh thu, lập báo cáo tài chính, theo dõi và thu hồi các khoản nợ, bảo quản tiền mặt.

e, Bộ phận quản lý nhân sự

Chức năng:

- Tuyển dụng, bổ nhiệm và đào tạo đội ngũ nhân viên
- Quản lý tiền lương, giải quyết các vấn đề liên quan đến nhân sự, y tế và các chế độ của cán bộ công nhân viên.

f, Bộ phận quản trị cơ sở vật chất kỹ thuật

- Trách nhiệm quản lý việc sử dụng, sửa chữa và bảo trì toàn bộ trang thiết bị và các tiện nghi của ks, thực hiện các chương trình bảo dưỡng thường xuyên để tránh mọi hỏng hóc.
- Thường có đội ngũ nhân viên kỹ thuật – bảo dưỡng

g, Bộ phận dịch vụ khác

- Chịu trách nhiệm phục vụ sinh hoạt, vui chơi giải trí như massage, xông hơi, cắt tóc, thể dục thẩm mỹ, giặt là, sòng bạc, hướng dẫn vui chơi cho trẻ em, tổ chức tham quan trong ngày…
- Chăm sóc, trông nom cây cảnh và không gian chung của ks và thu lệ phí các dịch vụ vui chơi.

h, Bộ phận kinh doanh tiếp thị

Bộ phận này chịu trách nhiệm về kinh doanh các loại buồng, dịch vụ hội nghị, xúc tiến thương mại, quảng cáo và đối ngoại.

Với bộ phận tiếp nhận khách: bộ phận buồng kiểm tra buồng khách, lập biểu thông báo cho lễ tân số buồng đã có khách thuê, số buồng chưa có khách thuê, số buồng chưa làm vệ sinh, số buồng khách sắp trả, số buồng hư hỏng không thể đón khách để bộ phận lễ tân nắm được.

3.2. Cơ sở vật chất kỹ thuật của khách sạn

3.2.1. Khái niệm:

Cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn là toàn bộ những tư liệu lao động của khách sạn tham gia vào nhiều quá trình sản xuất và bán các hàng hoá, dịch vụ cho khách nhằm thoả mãn các nhu cầu của họ.

- Tư liệu lao động là một vật hay hệ thống nhiều vật làm nhiệm vụ truyền dẫn sự tác động của con người lên đối tượng lao động, làm thay đổi hình thức tự nhiên của đối tượng lao động thành sản phẩm thoả mãn nhu cầu và mong muốn của con người.

Ví dụ: TLLĐ trong khách sạn chính là hệ thống các công trình xây dựng (nhà xưởng, bếp, các toà nhà có buồng ngủ cho khách lưu trú), các trang thiết bị, máy móc, dụng cụ làm nhiệm vụ truyền dẫn lao động của con người lên đối tượng lao động.

- TLLĐ trong khách sạn là toàn bộ các công trình kiến trúc, các trang thiết bị, máy móc, dụng cụ tham gia vào việc sản xuất và bán các hàng hoá, dịch vụ của khách sạn nhằm đáp ứng các nhu cầu của khách.

3.3.2. Đặc điểm cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn

* Cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn đa dạng về số lượng, chất lượng, giá trị, chủng loại. Nó bao hàm cả những tư liệu lao động mang hình thái vật chất (công trình xây dựng, trang thiết bị, máy móc…) và bao hàm cả những tư liệu lao động mang tính kỹ thuật (có thể là các hình thái phi vật chất như công nghệ phục vụ, bí quyết chế biến món ăn, phần mềm quản lý khách sạn).

* Cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn có mối quan hệ mật thiết với các tài nguyên du lịch. Thông thường khách sạn thường được xây dựng ở những nơi có nguồn tài nguyên có giá trị, nguồn khách đảm bảo (như điểm du lịch, trung tâm đô thị, trên trục đường giao thông). Ngoài ra, không chỉ có vị trí của các ks thường gắn bó chặt chẽ với tài nguyên du lịch mà các đặc điểm khác của cơ sở vật chất kĩ thuật như kiến trúc xây dựng, trang thiết bị tiện nghi cũng thường được lựa chọn tương xứng và phù hợp với đặc điểm và tài nguyên du lịch.

Ví dụ: 1 ks biển sẽ có đặc điểm kiến trúc, trang bị cơ sở vật chất kĩ thuật thích hợp với phong cảnh biển.

* Cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn đòi hỏi phải có những yêu cầu riêng về mặt bố trí, thẩm mỹ, kết cấu..Tuỳ theo từng loại ks mà những đòi hỏi này có tính chất khác nhau, thông thường cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn phải đáp ứng các yêu cầu về mặt chất lượng, vệ sinh, mỹ thuật độc đáo.

3.3.3. Vai trò của cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn

+ Là yếu tố không thể thiếu trong quá trình kinh doanh của khách sạn. Nếu cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn thiếu hoặc không đáp ứng được các yêu cầu kĩ thuật thì hoạt động kinh doanh không thể tiến hành tốt được.

+ Cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn là một bộ phận của cơ sở vật chất kĩ thuật du lịch đồng thời có mối quan hệ với hệ thống cơ sở vật chất của các ngành khác như giao thông, bưu chính viễn thông, điện – nước.

+ Là yếu tố cấu thành nên sản phẩm của ks, chính vì vây cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn là một trong những yếu tố quyết định chất lượng hàng hoá, dịch vụ, quyết định giá cả sản phẩm: Có 3 yếu tố cấu thành nên sản phẩm và dịch vụ du lịch nhằm thoả

mãn nhu cầu của du khách, đó là: Tài nguyên du lịch, Cơ sở vật chất kĩ thuật, Người phục vụ. Đây cũng chính là điều kiện đủ để có thể phát triển hoạt động du lịch bên cạnh tiềm năng về tài nguyên và yếu tố con người, đồng thời nó cũng phản ánh trình độ phát triển hệ thống cơ sở hạ tầng của mỗi quốc gia.

+ Cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn là yếu tố quan trọng không thể thiếu của mỗi quốc gia, doanh nghiệp muốn phát triển hoạt động kinh doanh du lịch thì cần cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn tương ứng. Một Ks có cơ sở vật chất kỹ thuật tốt, hiện đại thường có điều kiện đảm bảo chất lượng phục vụ tốt, mặt khác giá cả sản phẩm khách sạn này tất yếu phải cao hơn những khách sạn có sản phẩm tương tự nhưng cơ sở vật chất kỹ thuật kém hơn.

+ Là yếu tố cơ bản quyết định việc lựa chọn sản phẩm cũng như phương hướng kinh doanh của khách sạn.

Ví dụ: 1 Ks có vị trí tốt, hệ thống nhà cửa rộng rãi, có bái đậu xe rộng… sẽ có nhiều phương hướng kinh doanh hơn 1 Ks có vị trí không thuận tiện, xa điểm du lịch hoặc điều kiện giao thông không tốt.

+ Là yếu tố quyết định đến loại, hạng khách sạn và thị trường khách hàng mục tiêu trong hoạt động kinh doanh.

+ Cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn quyết định đến quá trình lao động trong khách sạn, trong đó nó ảnh hưởng trực tiếp đến quy trình phục vụ, năng suất lao động, thời gian, tốc độ phục vụ, sức khoẻ của người lao động.

3.3.4. Bố trí sắp xếp cơ sở vật chất kĩ thuật trong khách sạn

3.3.4.1.Yêu cầu và nguyên tắc chung về việc bố trí cơ sở vật chất kĩ thuật của Khách sạn

a. *Khái niệm*:

Bố trí cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn là việc thiết kế, sắp đặt các cơ sở vật chất kĩ thuật một cách hiệu quả, hợp lý, đáp ứng các mục tiêu kinh doanh của khách sạn, mang lại sự hài lòng cho khách, tạo thuận lợi cho người phục vụ.

b. *Yêu cầu:*

Việc bố trí phải mang lại cho ks sự thuận tiện, an toàn, vệ sinh cũng như những cảm giác thẩm mỹ độc đáo, hợp lý nhất:

+ Phải tạo sự thuận lợi cho người phục vụ, mặt khác việc bố trí còn ảnh hưởng đến tốc độ, quy trình phục vụ cho nên điều này cũng phải hết sức được lưu ý.

+ Đảm bảo tính đồng bộ, hệ thống và thẩm mỹ cho toàn bộ khách sạn.

+ Đảm bảo vệ sinh, an ninh, an toàn cho khách sạn.

c. *Nguyên tắc bố trí cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn:*

+ Việc phân bố các khu vực hoạt động phải đảm bảo khoảng cách giữa các bộ phận có chức năng liên quan là phải rút ngắn nhất. Đảm bảo sự giao lưu và tính liên hoàn trong các công đoạn phục vụ nhưng không được ảnh hưởng đến hoạt động các bộ phận khác.

+ Đảm bảo tiết kiệm tối đa sức lao động của nhân viên thực hiện các công việc tại các bộ phận chức năng nhằm tăng năng suất lao động.

+ Đảm bảo sự tập trung của các nhóm dịch vụ hỗ trợ, giúp cho việc kiểm tra, giảm sát và quản lí một cách thuận lợi.

+ Đảm bảo sự lưu thông tương đối tách biệt giữa khu vực dành cho khách và nhân viên phục vụ.

* *Lưu ý*: Việc bố trí cơ sở vật chất kĩ thuật của khách sạn chủ yếu liên quan đến việc bố trí các khu vực và các hệ thống kỹ thuật trong khách sạn.

3.3. 4.2. Bố trí các khu vực trong khách sạn

+ Khu vực cửa ra vào chính bao gồm:

- Sảnh đón tiếp: thường có diện tích tương đối lớn, thoáng, đẹp tạo ấn tượng đối với khách.
- Quầy lễ tân: Việc bố trí đòi hỏi tính thẩm mỹ, nhất quán cao, thuận tiện cho khách và nhân viên phục vụ.
- Buồng điện thoại

+ Khu vực buồng ngủ phục vụ khách lưu trú:

- Trong buồng ngủ của khách, các trang thiết bị đươc bố trí tương xứng, hợp lý, phù hợp với phong cách riêng từng khách sạn.
- Phòng trực tầng thường có diện tích nhỏ, bố trí ngay gần cầu thang hoặc lối vào các tầng.
- Phòng dành cho nhân viên bộ phận buồng.

+ Khu vực nhà hàng: Thường được bố trí gần với khu vực ra vào cửa chính và buồng ngủ phục vụ khách lưu trú để tạo ra sự thuận tiện cho khách, khu vực này bao gồm:

- Phòng ăn lớn, nhỏ.
- Quầy Bar
- Phòng dành cho nhân viên bộ phận nhà hàng

+ Khu vực thương mại và dịch vụ. Bao gồm:

- Cửa hàng cắt, uốn tóc.
- Cửa hàng bán đồ lưu niệm

- Cửa hàng bán hoa
- Cửa hàng bán hàng hoá
- Khu vực sauna và massage
- Khu vực thư ký, văn phòng

+ Khu vực hội nghị: Được bố trí liên hoàn với khu vực ra vào cửa chính. Bao gồm:

- Sảnh đón tiếp khách hội nghị, hội thảo
- Phòng họp lớn, nhỏ
- Kho chứa máy móc và thiết bị phục vụ chuyên dùng
- Phòng thư ký và phiên dịch
- Nơi để áo khoác ngoài
- Khu vệ sinh

+ Khu vực kho và bếp: Thường được bố trí gần những khu vực chức năng của nó, bộ phận chuẩn bị sơ chế và chế biến món ăn được bố trí liên kết với nhà hàng, các kho thực phẩm, các buồng lạnh bảo quản thực phẩm, nơi rửa dụng cụ ăn uống thường được bố trí liên hợp với khu chế biến món ăn. Bao gồm:

- Các kho hàng hoá, vật tư
- Các kho thực phẩm
- Các buồng lạnh bảo quản thực phẩm
- Khu chuẩn bị, sơ chế và chế biến món ăn
- Nơi rửa dụng cụ ăn uống

+ Khu vực kỹ thuật. Bao gồm:

- Trung tâm xử lý và chứa nước
- Hệ thống làm lạnh trung tâm
- Trạm biến thế đệên và khu phát điện
- Tổng đài điện thoại
- Bộ phận bảo dưỡng kỹ thuật

+ Các khu vực khác:

- Sân tennis
- Bãi để xe
- Bể bơi
- Phòng y tế
- Khu công cộng

+ Khu vực giặt là (Laundry area). Bao gồm:

- Khu vực giặt và là
- Kho trang thiết bị phục vụ giặt là
- Phòng dành cho nhân viên bộ phận giặt là

+ Khu vực phòng làm việc. Bao gồm:

- Các phòng làm việc của Ban giám đốc ks
- Các phòng làm việc chức năng khác

3.3.4.3. Bố trí các hệ thống kỹ thuật trong khách sạn

- *Hệ thống cung cấp nước*: Hệ thống ống dẫn và các van khoá, hồ chứa và bể lọc, máy bơm
- *Hệ thống thoát nước*: Hệ thống ống và cống thoát nước, bể lọc và xử lý sơ bộ nước thải
- *Hệ thống cung cấp nước nóng*: Hệ thống cung cấp nước nóng trung tâm, hệ thống cung cấp nước nóng cục bộ
- *Hệ thống hơi*: Hệ thống ống thông hơi, hệ thống quạt máy
- *Hệ thống thoát khói nhà bếp*: Hệ thống ống thông hơi, hệ thống chụp, hứng, lọc
- *Hệ thống điện*: Trạm biến thế, máy phát điện, hệ thống dây dẫn và ổ cắm, hệt hống phân phối cầu dao, cầu chì.
- *Hệ thống radio và tivi*: Máy phát trung tâm, hệ thống dây dẫn và ổ cắm, thiết bị radio và ti vi tại buồng ngủ
- *Hệ thống điện thoại*: Tổng đài trung tâm, các máy điện thoại
- *Hệ thống thang máy*: Thang máy phục vụ chở người và hàng hoá
- *Hệ thống phòng cháy chữa cháy*: Hệ thống thiết bị báo cháy, hệ thống ống dẫn nước và các van khoá, hộp chữa cháy, bình cứu hoả.

❖ CÂU HỎI THẢO LUẬN

Câu 1: Hãy nêu khái niệm và yêu cầu đối với cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

Câu 2: Cơ cấu tổ chức của doanh nghiệp nhà hàng khách sạn được hình thành dựa vào các căn cứ nào?

Câu 3: Trình bày cơ cấu tổ chức của một số loại hình doanh nghiệp nhà hàng khách sạn?

Câu 4: Hãy cho biết việc phân loại đối tượng khách trong hoạt động kinh doanh khách sạn có ý nghĩa như thế nào? Trong các đối tượng khách, khác sạn thường hướng tới đối tượng khách nào? Vì sao?

Câu 5: Trình bày sản phẩm của hoạt động kinh doanh khách sạn và phân tích những đặc điểm của sản phẩm khách sạn?

Câu 6: Nêu và phân tích về tính đặc thù của hoạt động kinh doanh khách sạn để thấy được sự đa dạng và phức tạp của hoạt động này?

Câu 7: Nêu và phân tích vai trò của bộ máy tổ chức trong hoạt động kinh doanh khách sạn?

Câu 9: Trình bày cơ sở để thiết lập bộ máy tổ chức trong hoạt động kinh doanh khách sạn. Cho biết những nhân tố ảnh hưởng tới việc thiết lập tổ chức bộ máy của khách sạn?

Chương 4

GIỚI THIỆU CHUNG VỀ NHÀ HÀNG

❖ GIỚI THIỆU CHƯƠNG 4

Chương 4 là chương cung cấp cho người học một số kiến thức cơ bản về nhà hàng, các bộ phận của nhà hàng và cơ sở vật chất của nhà hàng

❖ MỤC TIÊU CHƯƠNG 4

Sau khi học xong chương này, người học có khả năng:

➢ ***Về kiến thức:***

- *Trình bày và giải thích được khái niệm, đặc điểm, các loại nhà hàng*
- *Trình bày và giải thích được các khái niệm, phân loại, quản lý hàng hóa dự trữ trong doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn.*
- *Trình bày và giải thích được cách tổ chức các bộ phận trong nhà hàng*
- *Vận dụng được các nội dung về tổ chức cung ứng nguyên liệu, hàng hóa, quản lý hàng hóa dự trữ, tổ chức chế biến, tiêu thụ, quản lý chất lượng và quản lý giá cả sản phẩm dịch vụ trong doanh nghiệp nhà hàng vào thực tế.*

➢ ***Về kỹ năng:***

- *Nhận diện được các bộ phận của nhà hàng*
- *Phân tích được cách tổ chức chế biến, tiêu thụ, quản lý chất lượng và quản lý giá cả sản phẩm dịch vụ với thực tế của nhà hành*

➢ ***Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:***

- *Người học có ý thức, trách nhiệm với công việc được giao.*
- *Chủ động nghiên cứu tài liệu, tìm kiếm thông tin mới.*
- *Làm việc nhóm, hướng dẫn, điều hành nhóm, đánh giá hoạt động của nhóm và kết quả thực hiện*

❖ PHƯƠNG PHÁP GIẢNG DẠY VÀ HỌC TẬP CHƯƠNG 4

- *Đối với người dạy: sử dụng phương pháp giảng: giảng dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận và bài tập chương 1 (cá nhân hoặc nhóm).*
- *Đối với người học: chủ động đọc trước tài liệu (chương 3) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận và bài tập tình huống chương 3 theo cá nhân hoặc nhóm và nộp lại cho người dạy đúng thời gian quy định.*

❖ ĐIỀU KIỆN THỰC HIỆN CHƯƠNG 4

- ***Phòng học chuyên môn hóa/nhà xưởng:*** Không
- ***Trang thiết bị máy móc:*** Máy chiếu và các thiết bị dạy học khác
- ***Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu:*** Chương trình môn học, bài giảng, tài liệu tham khảo, giáo án, phim ảnh, và các tài liệu liên quan.
- ***Các điều kiện khác:*** Không có

❖ KIỂM TRA VÀ ĐÁNH GIÁ CHƯƠNG 4

- **Nội dung:**

✓ *Kiến thức: Kiểm tra và đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kiến thức*

✓ *Kỹ năng: Đánh giá tất cả nội dung đã nêu trong mục tiêu kĩ năng.*

✓ *Năng lực tự chủ và trách nhiệm: Trong quá trình học tập, người học cần:*

+ Nghiên cứu bài trước khi đến lớp

+ Chuẩn bị đầy đủ tài liệu học tập.

+ Tham gia đầy đủ thời lượng môn học.

+ Nghiêm túc trong quá trình học tập.

- **Phương pháp:**

✓ ***Điểm kiểm tra thường xuyên:*** *không có*

✓ ***Kiểm tra định kỳ lý thuyết:*** *1 bài kiểm tra (hình thức: viết)*

4.1. Tìm hiểu chung về nhà hàng

4.1.1. Xuất xứ của dịch vụ phục vụ ăn uống

+ Do điều kiện kinh tế phát triển nên con người có nhu cầu đi du lịch. Họ xa nhà nên cần có nhu cầu nghỉ ngơi và ăn uống.

+ Khi đời sống vật chất ngày càng đầy đủ thì nhu cầu về ăn uống của con người không chỉ là để no mà còn để thưởng thức.

+ Một bữa ăn ngon phải gồm các yếu tố:

- ✓ Món ăn ngon
- ✓ Địa điểm ăn uống
- ✓ Người cùng ăn
- ✓ Phục vụ các món ăn

⇨ Sự ra đời của dịch vụ ăn uống sớm hơn so với khách sạn

4.1.2. Khái niệm nhà hàng

Nhà hàng là cơ sở phục vụ ăn uống, nghỉ ngơi, giải trí cho khách du lịch và những người có khả năng thanh toán cao với những hoạt động và chức năng đa dạng nhằm mục đích lợi nhuận.

+ Về hoạt động: các nhà hàng hoạt động gần như 24/24 h /ngày

+ Về chức năng: nhà hàng không chỉ phục vụ ăn uống với tất cả các bữa ăn cho khách mà còn phục vụ theo yêu cầu của khách và nhà hàng còn là nơi nghỉ ngơi, giải trí của khách trong thời gian họ ăn uống.

+ Về hình thức phục vụ: Phục vụ khách theo thực đơn, theo yêu cầu khách, kể cả việc cung cấp các món ăn đồ uống cho khách tự chọn hoặc tự phục vụ.

+ Sự khác biệt giữa nhà hàng và các cơ sở ăn uống khác:

- ➢ Nhà hàng không chỉ là nơi phục vụ ăn uống mà cả về nghỉ ngơi và giải trí cho khách. Vì thế đòi hỏi nhà hàng phải thoáng mát sạch sẽ, có khung cảnh đẹp, âm thanh ánh sáng trong Nhà hàng phải phù hợp với không gian của nhà hàng và các món ăn cung cấp cho khách.
- ➢ Những món ăn, đồ uống và các dịch vụ cung cấp cho khách ở nhà hàng phải có chất lượng cao hơn các cơ sở ăn uống khác.
- ➢ Giá cả của những món ăn, đồ uống và dịch vụ trong nhà hàng thường đắt hơn so với các cơ sở khác vì phải đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật và trang thiết bị phục vụ ăn uống cho khách.

4.1.3. Các loại nhà hàng:

+ Kinh doanh tổng hợp: Là Nhà hàng kinh doanh các món ăn từ nhiều loại thực phẩm, vd: Quý Suốt

+ Kinh doanh đặc sản: Là nhà hàng kinh doanh các món ăn đặc sản cao cấp, vd: Hoa Biển…

+ Chuyên doanh: Chuyên chế biến các sản phẩm từ một loại thực phẩm, vd: thịt dê, thịt chó

+ Dân tộc: Chuyên kinh doanh các món ăn đặc sản dân tộc, vd: Vịt quay Lạng Sơn…

* Nhà hàng trong Khách sạn:

- Địa điểm: Tầng trệt Ksạn

- Diện tích: Chỗ ngồi gấp 1,5 lần số khách đang lưu trú trong Ksạn

Mỗi phòng ăn phải đảm bảo thông số 1,2 m^2 diện tích cho mỗi chỗ ngồi

4.1.3. Đặc điểm kinh doanh nhà hàng

+ Sản phẩm của nhà hàng được chia làm 2 loại: Hàng hoá

✓ Hàng tự chế: món ăn, đồ uống phục vụ khách do nhà bếp chế biến quầy bar pha chế)

✓ Hàng mua sẵn (hàng chuyển bán): Do các cơ sở khác sản xuất như: bánh mỳ, bơ, rượu, bia

- Dịch vụ phục vụ các món ăn, đồ uống cho khách: Toàn bộ hoạt động phục vụ khách từ khi khách đến tới khi khách rời khỏi nhà hàng như: tiếp đón khách, lấy yêu cầu của khách, phục vụ khách trong khi ăn uống…-> dịch vụ này cần con người có khả năng giao tiếp tốt, có kỹ năng nghề nghiệp giỏi để nhà hàng luôn giữ chất lượng dịch vụ.

+ Lực lượng nhân viên lao động trong nhà hàng rất lớn, bao gồm nhân viên chế biến món ăn, nhân viên phục vụ các món ăn, đồ uống. Định mức 12-16 khách thì đòi hỏi phải có 1 nhân viên phục vụ (đó là chưa tính đến đội ngũ cán bộ quản lý, nhân viên tạp vụ và vệ sinh của nhà hàng)

+ Tính chất phục vụ liên tục của nhà hàng: 24/24h/ ngày, bất kể lúc nào có khách nhà hàng cũng sẽ phục vụ, kể cả ngày lễ, tết và các ngày nghỉ.

- Ví dụ: 1 nhà hàng trong khách sạn phục vụ bữa sáng từ 5h30’ đến 9h, ăn trưa từ 11h đến 14 h, ăn tối từ 18h đến 21h. Trong khoảng thời gian giữa các ca tổ chức dọn dẹp vệ sinh, thay ca nhưng quầy bar và bộ phận phục vụ ăn uống nhanh vẫn phải phục vụ khi khách có yêu cầu.

+ Tính tổng hợp và phức tạp trong quá trình phục vụ khách: Trong quá trình phục vụ đòi hỏi phải có sự phối hợp chặt chẽ và đồng bộ giữa khâu chế biến món ăn, bàn, pha

chế, phục vụ đồ uống và thanh toán. Chỉ một sơ suất nhỏ của 1 trong cỏc khâu sẽ có thể đem lại một kết quả xấu mặc dù cỏc khâu kia có thể sẽ làm tốt.

4.1.5. Xu hướng phát triển của nhà hàng

- Số lượng nhà hàng ngày tăng do:Việc sử dụng các dịch vụ phục vụ ăn uống thông qua việc mua thức ăn và đồ uống và các dịch vụ phục vụ ăn uống ***ngày càng phát triển*** vì:

+ Việc phải đi xa nhà vì nhiều mục đích nên không đủ các điều kiện để tự chế biến và phục vụ việc ăn uống cho mình.

+ Do cường độ làm việc căng thẳng nên cần đến dịch vụ ăn uống để tiết kiệm thời gian và nghỉ ngơi, thư giãn.

+ Quan điểm " tìm niềm vui trong bữa ăn" hiện đang rất thịnh hành trong xã hội của các nước phát triển.

+ Có rất nhiều sự kiện cần đến dịch vụ ăn uống như: hội nghị, hội thảo, đàm phán, cưới hỏi, sinh nhật….

- Ngày càng có nhiều NH áp dụng các thành tựu KHKT để cải tạo, hoàn thiện và hiện đại hoá CSVCKT, thiết bị để tăng khả năng cạnh tranh trên thị trường. Một số công đoạn trong quy trình công nghệ phục vụ của Khách sạn được "tự động hoá", vd : việc đưa CNTH và ĐT vào việc đặt chỗ trước, vào hoạt động thanh toán.

- Cơ cấu thực đơn các món ăn trong NH có sự thay đổi lớn: do việc rời khỏi nơi cư trú thường xuyên nên Khách du lịch thích chọn điểm đến có món ăn theo phong tục tập quán, thói quen và khẩu vị ăn uống phù hợp. *Vd: món răm bông, xúc xích, thịt bò hun khói -> NH ở VN sẽ xây dựng thực đơn -> thói quen ăn uống của VN cũng bị ảnh hưởng do tâm lý thích món ăn lạ -> Thực đơn thay đổi phù hợp với thị hiếu*

- Tăng số lượng các NH có thứ hạng bậc trung, NH thứ hạng thấp có chiều hướng giảm, chủ yếu hướng vào phục vụ Khách du lịch nghỉ dưỡng thư giãn, thăm quan chữa bệnh bởi tính quần chúng hoá trong du lịch khi mà sức sống của người dân ngày càng được nâng cao.

- Có sự cạnh tranh gay gắt giữa các Nh truyền thống với các NH mới phát triển loại hoạt động này

4.1.6. Sự hấp dẫn của kinh doanh nhà hàng

+ Kinh doanh nhà hàng có thể thu lợi nhuận cao: lợi nhuận trước thuế thường đạt 10% doanh thu (tuy nhiên cũng có nhà hàng thua lỗ)

+ Nhà hàng là nơi dễ tiếp cận với các ngành kinh doanh khác: một số công ty lớn đã từng mua hẳn nhà hàng cũng như đội ngũ quản lý và nhân viên phục vụ.

+ Nhà hàng là nơi dễ giao du và tìm kiếm bạn hàng: các quan chức, chủ doanh nghiệp thường đến nhà hàng để ăn uống và giải trí.

+ Nhà hàng là nơi đầy thử thách: trong lĩnh vực kinh doanh nhà hàng có rất nhiều đối thủ cạnh tranh. Nhà hàng là nơi các nhà kinh doanh kiểm nghiệm khả năng tự khẳng đinh mình.

+ Làm tại nhà hàng sẽ tạo cho con người một tính cách năng động

+ Nhà hàng là nơi có cuộc sống vui nhộn: mọi người tụ tập không chỉ để ăn uống mà còn để tâm sự hoặc nói chuyện vui vẻ

4.2. Các bộ phận của nhà hàng

4.2.1. Bộ phận bếp

+ Bao gồm: Trưởng bếp, đầu bếp, phụ bếp, tiếp phẩm

+ Nhiệm vụ: Chế biến các món ăn: cung ứng nguyên liệu -> sơ chế -> chế biến -> hoàn thiện sản phẩm

4.2.2. Bộ phận bar

+ Bao gồm: quản lý quầy bar, nhân viên pha chế, nhân viên phục vụ bar

+ Nhiệm vụ: Pha chế và phục vụ đồ uống

- Pha chế: cung ứng nguyên liệu -> sơ chế -> pha chế -> hoàn thiện sản phẩm

- Phục vụ:

Đón tiếp khách

Lấy yêu cầu của khách

Chuyển yêu cầu đến bộ phận pha chế và kế toán

Mang đồ uống phục vụ khách

Phục vụ khách trong lúc khách sử dụng sản phẩm

Thanh toán

Tiễn khách

4.2.3 Bộ phận bàn

+ Bao gồm: Quản lý nhà hàng, trưởng dãy, nhân viên phục vụ, phụ việc

+ Nhiệm vụ: phục vụ khách ăn uống

Đón dẫn khách -> mời ngồi-> lấy yêu cầu -> chuyển xuống bộ phận bếp, bar -> phục vụ khách ăn uống -> thanh toán -> tiễn khách.

4.3. Cơ sở vật chất của nhà hàng

Bao gồm bếp ăn, phòng ăn, quầy bar

4.3.1. Bếp ăn:

+ Được bố trí theo nguyên tắc một chiều

+ Trang thiết bị

- Bếp nấu
- Lò vi sóng
- Tủ nướng
- Tủ bảo ôn (tủ lạnh)
- Các thiết bị điện: máy xay thịt, máy xay sinh tố, máy đánh trứng…

+ Dụng cụ:

- Dao, thớt các loại
- Bát đĩa…
- Xoong, nồi, chảo…
- Các dụng cụ khác(khuôn bánh,…)

+ Yêu cầu:

- Đầy đủ, đồng bộ
- An toàn

4.3.2. Phòng ăn:

a, Màu sắc không gian của phòng ăn:

- Là yếu tố đầu tiên tác động khá mạnh đến tâm sinh lý của người ăn uống vì màu sắc phòng ăn có thể làm cho khách có cảm giác sảng khoái, nhẹ nhàng.

- Hai yếu tố quyết định màu sắc không gian trong phòng ăn đó là màu sắc trang trí và hệ thống chiếu sáng.

- Màu sắc trang trí: Chịu ảnh hưởng bởi màu sắc trần nhà, tường nhà, rèm che cửa, sàn nhà, màu sắc bàn ghế và các trang thiết bị bố trí trong phòng ăn.

Gam màu tối (tím, xanh thẫm, đỏ thắm, đen) thường gợi cảm giác năng nề. Gam màu sáng (vàng, xanh lá cây, da cam, trắng) lại tạo ra cảm giác nhẹ nhàng, dễ chịu.

Ví dụ: Màu vàng thẫm làm cho gian phòng dường như bé lại, màu xanh lam làm cho không gian phòng dường như trải rộng hơn.

- Cần kết hợp, pha trộn các gam màu một cách hài hoà. Không nên bố trí tất cả các đồ vật trong phòng có cùng một gam màu.
- Rèm che cửa, cửa kính phòng ăn phải mỏng, thoáng và giúp khách có thể thấy được quang cảnh bên ngoài

- Hệ thống chiếu sáng: Trong phòng ăn tránh sử dụng hệ thống chiếu sáng quá rực rỡ, tưng bừng chói chang.

- Có thể dùng đèn chùm nhưng không nên dùng đèn thuỷ ngân (vì ánh sáng xanh, lạnh lẽo không phù hợp với không khí phòng ăn)

- Các bóng đèn ánh sáng vàng phải có trao đền mờ
- Các đường dây dẫn điện phải được thiết kế ẩn vào trong tường

b, Hệ thống âm thanh:

Âm thanh gợi cho khách cảm giác dễ chịu để ăn uống cảm thấy ngon và thoải mái hơn.

- Chỉ nên sử dụng loại nhạc thính phòng êm dịu hoặc bài ca trữ tình.

Còn các điệu nhạc Rock, Pop…không thích hợp với không khí phòng ăn.

c, Hoa, cây cảnh

Hoa và cây cảnh góp phần làm cho không gian phòng ăn thêm tươi vui sinh động, lại có tác dụng trang trí cho khách cảm thấy gần gũi với thiên nhiên.

+ Hoa: Được bày ở trong bất cứ phòng ăn nào để trang trí. Có 2 dạng: Hoa bày bàn và hoa treo tường.

- Hoa bày bàn: Khi lựa chọn cần quan tâm đến màu sắc và hương thơm. Không cắm nhiều hoa và không nên bày hoa giả.
- Hoa treo tường: Thường đặt trong lẵng và treo tại bất cứ những vị trí thích hợp trong phòng ăn.

+ Cây cảnh: Nên dùng những cây đẹp, có lá xanh, tươi nhỏ, thích hợp, không bày nhiều và bày cây quá đậm. Tuỳ vào diện tích, cấu trúc sắp xếp bàn ghế trong phòng mà lựa chọn vị trí phù hợp để đặt các chậu cây cảnh.

d, Tranh ảnh:

Tranh ảnh dùng để trang trí có tác dụng giải trí cho khách khi ăn. Vì vậy tốt nhất nên sử dụng các loại tranh ảnh về phong cảnh đất nước. Nếu treo tranh ảnh của nhà hàng hay 1 biểu tượng của nhà hàng nên treo vừa tầm với khách ngồi ăn và lựa chọn vị trí hợp lý.

e, Hệ thống trang thiết bị

Đồ gỗ

* Bàn: bàn tròn, bàn vuông, hcn…

- Từ 4-8 chỗ ngồi
- Chiều cao bàn là 0,75cm

* Ghế: Ghế salon, ghế mây, ghế xếp, ghế tựa, ghế bọc đệm

Chiều cao 0,45cm

* Tủ: tủ đựng dụng cụ

* Bàn chờ

Đồ vải:

- Khăn trải bàn (tuỳ theo kích cỡ bàn) rủ cách mép bàn khoảng 30 cm
- Khăn ăn: 45 *45cm (40 ->60)
- Khăn phục vụ: 50 *60 cm
- Khăn lót mặt bàn: Thường bặng dạ, nỉ, vải dày bằng với quy cách của bàn
- Khăn lót khay
- Khăn trang trí

Dụng cụ ăn uống

- Ăn á
- Ăn Âu

Đồ điện

- Bao gồm: Điều hoà nhiệt độ, máy hút bụi, máy làm đá, tủ lạnh, máy rửa bát, máy đếm tiền, lò điện sấy, lẩu điện, gas.
- Không nên đặt tivi, đầu video vào trong phòng ăn gây ồn ào làm khách mất tập trung trong bữa ăn.

4.4.3. Quầy bar

+ Quầy gỗ: khoảng 1,1m
+ Trang thiết bị để pha chế:
  - May xay
  - Ly trộn
  - Bình lắc
  - Các loại ly
  - Tủ lạnh
  - Bếp
  - Các dụng cụ: mở nút chai, cây khuấy, thìa đong…

4.3.4. Các góc phụ trong phòng ăn chính

- Góc dành cho quầy bar: Là nơi phục vụ bia, rượu, nước ngọt cho khách. Bar phòng ăn không bố trí ghế cao xung quanh quầy như ở bar rượu.
- Góc thu ngân: Để viêt hoá đơn và thanh toán với khách ăn uống
- Trong nhà hàng nhỏ, nhân viên thu ngân kiêm thêm nhân viên trực máy điện thoại, xuất rượu, bia, nước ngọt cho khách.

- Phòng khách và phòng tiệc nhỏ: Ngoài phòng ăn chính, nhà hàng thường có phòng tiệc riêng, là phòng ăn dành cho những đoàn hoặc nhóm khách muốn có sự tách biệt, kín đáo và ấm cúng hơn.

- Khu vệ sinh: Nhất thiết phải có phục vụ cho khách

- Ngoài ra tuỳ thuộc vào diện tích cũng như cách bài trí trong nhà hàng có thể có thêm góc cảnh quan thiên nhiên, góc dành cho ban nhạc sống.

❖ CÂU HỎI THẢO LUẬN

Câu 1: Tình bày khái niệm nhà hàng? Kể tên các loại hình nhà hàng? Lấy ví dụ một số loại hình nhà hàn mà Anh (chị) biết?

Câu 2: Xu hướng phát triển của một số nhà hàng hiện nay là gì? Anh (chị) có thể lấy ví dụ minh họa?

Câu 3: Anh (chị) hãy trình bày nội dung quản lý cơ sở vật chất trong nhà hàng?

Câu 4: Nêu các bộ phận trong nhà hàng mà anh chị biết? Vẽ sơ đồ minh họa cơ cấu các bộ phận trong nhà hàng.