

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRƯỜNG CAO ĐẲNG THƯƠNG MẠI VÀ DU LỊCH



GIÁO TRÌNH

MÔN HỌC: KINH TẾ NHÀ HÀNG, KHÁCH SẠN

NGÀNH: QUẢN LÝ VÀ KINH DOANH NHÀ HÀNG

VÀ DỊCH VỤ ĂN UỐNG

TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP

(Ban hành kèm theo Quyết định số: 412/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 NÓI ĐẦU

Kinh tế nhà hàng khách sạn là một lĩnh vực quan trọng liên quan đến đến vấn đề về thị trường, về cung cầu hàng hóa trên thị trường, về hiệu quả kinh tế trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn. Để quản lý và kinh doanh trong lĩnh vực nhà hàng và dịch vụ ăn uống thì việc trang bị các kiến thức liên quan đến lĩnh vực này là vô cùng cần thiết, giúp cho người quản lý và kinh doanh dịch vụ nhà hàng có được những kiến thức về tổ chức quản lý, điều hành đến những hoạt động cụ thể.

Giáo trình Kinh tế nhà hàng khách sạn lựa chọn trình bày những nội dung được xem là quan trọng đối với người học. Giáo trình tập trung đi sâu vào những vấn đề hết sức thiết thực đối với người làm kinh tế như nghiên cứu về thị trường, về quan hệ cung cầu hàng hóa trên thị trường, về nhu cầu tiêu dùng và nhu cầu có khả năng thanh toán, về doanh nghiệp nhà hàng khách sạn và việc nghiên cứu nhu cầu thị trường, về các nguồn lực cơ bản của doanh nghiệp nhà hàng khách sạn, về chi phí kinh tế và hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp nhà hàng 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 Kinh tế nhà hàng khách sạn*** dành riêng cho người học trình độ Trung cấp.

Nội dung của giáo trình bao gồm các chương sau:

Chương 1: Thị trường và nền kinh tế thị trường định hướng XHCN

Chương 2: Doanh nghiệp nhà hàng khách sạn và việc nghiên cứu nhu cầu thị trường

Chương 3: Các nguồn lực cơ bản của doanh nghiệp nhà hàng khách sạn

Chương 4: Chi phí kinh tế và hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn

Giáo trình này dùng để giảng dạy cho học sinh – sinh viên và học viên Trung cấp ngành Quản lý và kinh doanh nhà hàng và dịch vụ ăn uống của trường Cao đẳng Thương mại & Du lịch. Mặc dù đã rất cố gắng, giáo trình vẫn khó tránh khỏi những hạn chế, thiếu sót nhất định cần được tiếp tục bổ sung, chỉnh sửa. Nhóm tác giả rất mong nhận được những ý kiến đóng góp của độc giả, các nhà nghiên cứu để hoàn thiện giáo trình chất lượng nhất. Mọi ý kiến đóng góp xin vui lòng gửi về địa chỉ: Thuthuytmdl@gmail.com

Xin trân trọng cảm ơn./.

Nhóm tác giả

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU.....	01
MỤC LỤC.....	02
Chương 1: THỊ TRƯỜNG VÀ NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG ĐỊNH HƯỚNG XHCN.....	08
1.1.Thị trường.....	09
1.2. Cơ chế thị trường và nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta.....	10
1.3. Quan hệ cung cầu hàng hóa trên thị trường.....	14
1.4. Những vấn đề cơ bản của chính sách phát triển thị trường ở nước ta.....	21
<i>Chương 2: DOANH NGHIỆP NHÀ HÀNG – KHÁCH SẠN VÀ VIỆC NGHIÊN CỨU NHU CẦU THỊ TRƯỜNG.....</i>	<i>25</i>
2.1. Doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn.....	25
2.2. Nhu cầu tiêu dùng và nhu cầu có khả năng thanh toán.....	37
<i>Chương 3: CÁC NGUỒN LỰC CƠ BẢN CỦA DOANH NGHIỆP NHÀ HÀNG KHÁCH SẠN.....</i>	<i>44</i>
3.1. Cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn.....	45
3.2. Lao động trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn.....	52
<i>Chương 4: CHI PHÍ KINH DOANH VÀ HIỆU QUẢ KINH TẾ TRONG DOANH NGHIỆP KINH DOANH NHÀ HÀNG – KHÁCH SẠN.....</i>	<i>63</i>
4.1. Chi phí kinh doanh trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn.....	64
4.2. Hiệu quả kinh tế trong doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng – khách sạn.....	75
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	

GIÁO TRÌNH MÔN HỌC

1. Tên môn học: Kinh tế nhà hàng – Khách sạn

2. Mã môn học: MH07

3. Vị trí, tính chất của môn học:

3.1. Vị trí:

Giáo trình Kinh tế nhà hàng – khách sạn là môn học bắt buộc thuộc nhóm kiến thức cơ sở nghề trong chương trình đào tạo trình độ trung cấp ngành Quản lý và kinh doanh nhà hàng và dịch vụ ăn uống.

3.2. Tính chất:

Giáo trình Kinh tế nhà hàng – khách sạn là môn học lý thuyết, đánh giá kết thúc môn học bằng hình thức thi tự luận.

4. Mục tiêu của môn học:

4.1. Về kiến thức:

+ Trình bày được các khái niệm liên quan đến thị trường, cung cầu hàng hóa trên thị trường, doanh nghiệp nhà hàng khách sạn, cơ sở vật chất kỹ thuật, chi phí và hiệu quả kinh tế trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

+ Nhận thức được các chức năng của thị trường, doanh nghiệp nhà hàng khách sạn, cơ sở vật chất kỹ thuật và hiệu quả kinh tế trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

+ Nhận diện được một số cơ sở kinh doanh lưu trú, ăn uống hiện nay.

4.2. Về kỹ năng:

+ Xác định được các chức năng của thị trường, cơ chế thị trường, quan hệ cung cầu hàng hóa trên thị trường.

+ Phân tích được các chức năng của doanh nghiệp nhà hàng khách sạn, công cụ quản lý doanh nghiệp, nhu cầu tiêu dùng và nhu cầu có khả năng thanh toán.

+ Xác định được đặc điểm, nội dung, phân loại cơ sở vật chất kỹ thuật, lao động trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

+ Xác định được đặc điểm, phân loại, các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí kinh doanh trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

4.3. Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

+ Người học có ý thức, trách nhiệm với nghề nghiệp.

+ Chủ động nghiên cứu tài liệu, cập nhật thông tin mới.

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

5. Nội dung môn học:

5.1. Chương trình khung

Mã MH	Tên môn học	Số tín chỉ	Thời gian học tập (giờ)			
			Tổng số	Trong đó		
				Lý thuyết	Th.hành/ thực tập/ bài tập/ thảo luận	Thi/ Kiể m 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	60	1575	440	1066	69
II.1	Môn học cơ sở	11	165	155		10
MH07	Kinh tế nhà hàng, khách sạn	2	30	28	-	2
MH08	Tâm lý du khách và kỹ năng GT	2	30	28	-	2
MH09	Thương phẩm hàng TP	2	30	28	-	2
MH10	Sinh lý dinh dưỡng và VSATTP	3	45	43	-	2
MH11	Marketing du lịch	2	30	28	-	2
II.2	Môn học chuyên môn	47	1380	257	1066	57
MH12	Ngoại ngữ chuyên ngành PVNH	4	60	57	-	3
MH13	Quản trị nhà hàng	4	60	57	-	3
MH14	Lý thuyết nghiệp vụ lưu trú	3	45	43	-	2
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 chế biến món ăn	2	60	-	52	8
MH18	Thực hành nghiệp vụ nhà hàng I	3	90	-	82	8
MH19	Thực hành nghiệp vụ nhà hàng II	2	60	-	52	8
MH20	Thực hành nghiệp vụ lưu trú	2	60	-	52	8
MH21	Thực hành quản trị nhà hàng	4	120	-	108	12
MH22	Thực tập TN	16	720		720	
II.3	Môn học tự chọn (chọn 1 trong 2)	2	30	28	-	2
MH23	Tổ chức sự kiện	2	30	28	-	2
MH24	Văn hóa ẩm thực	2	30	28	-	2
	Tổng cộng	72	1830	534	1214	82

5.2. Chương trình chi tiết môn học

Số TT	Tên chương, mục	Thời gian (giờ)			
		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành	Kiểm tra
1	Chương 1. Thị trường và nền kinh tế thị trường định hướng XHCN	5	5		
2	Chương 2. Doanh nghiệp nhà hàng khách sạn và việc nghiên cứu nhu cầu thị trường	5	5		
3	Chương 3. Các nguồn lực cơ bản của doanh nghiệp nhà hàng khách sạn	10	10		
4	Chương 4. Chi phí kinh tế và hiệu quả kinh doanh trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn	10	8		2
	Cộng	30	28		2

6. Điều kiện thực hiện môn học:

6.1. Phòng học Lý thuyết: Đáp ứng phòng học chuẩn

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

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

6.4. Các điều kiện khác: Người học tìm hiểu thực tế về các vấn đề chung của thị trường, của doanh nghiệp nhà hàng khách sạn, các nguồn lực trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn, chi phí kinh doanh và hiệu quả kinh tế trong 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-LĐTĐ, 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 & 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	Viết/ Thuyết trình	Tự luận/ Trắc nghiệm/ Báo cáo	Sau 15 giờ
Định kỳ	Viết/ Thuyết trình	Tự luận/ Trắc nghiệm/ Báo cáo	Sau 28 giờ
Kết thúc môn học	Viết	Tự luận và trắc nghiệm	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 Trung cấp Quản lý và kinh doanh nhà hàng và dịch vụ ăn uống học tại trường Cao đẳng Thương mại và du lịch.

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....

- **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.

- 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:

1. TS.Nguyễn Văn Mạnh, *Giáo trình Quản trị khách sạn*, Giáo trình nội bộ trường Đại học Kinh tế quốc dân năm 2008.

2. Chủ biên Đinh Thị Thư, *Giáo trình Kinh tế du lịch – Khách sạn* – Biên soạn năm 2005.

CHƯƠNG 1. THỊ TRƯỜNG VÀ NỀN KINH TẾ THỊ TRƯỜNG ĐỊNH HƯỚNG XHCN

❖ GIỚI THIỆU CHƯƠNG 1

Chương 1 là chương giới thiệu chung về các vấn đề liên quan đến thị trường, cơ chế thị trường và nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, về quan hệ cung cầu hàng hóa trên thị trường giúp người học có kiến thức sâu hơn khi tiếp cận thị trường.

❖ MỤC TIÊU

* *Về kiến thức:*

+ Ghi nhớ được các khái niệm liên quan đến thị trường, cơ chế thị trường, cung, cầu hàng hóa trên thị trường.

+ Nhận biết được quan hệ cung cầu hàng hóa trên thị trường.

+ Trình bày được những vấn đề cơ bản của chính sách phát triển thị trường ở nước ta.

* *Về kỹ năng:*

+ Nhận diện được tầm quan trọng của việc nghiên cứu nhu cầu thị trường, quan hệ cân bằng cung cầu hàng hóa trên thị trường.

+ Xác định và vận dụng được chức năng của thị trường, nội dung cơ chế thị trường, những chính sách phát triển thị trường ở nước ta vào thực tế.

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

+ Người học có ý thức, trách nhiệm với nghề nghiệp.

+ Chủ động nghiên cứu tài liệu, cập nhật 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 dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận chương 1 (cá nhân hoặc nhóm).*

- *Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (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

- *Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu:* Chương trình môn học, giáo trình, 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 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.

- **Phương pháp:**

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

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

❖ NỘI DUNG CHƯƠNG 1

1.1.Thị trường

1.1.1. Khái niệm và phân loại thị trường

1.1.1.1. Khái niệm

Theo nghĩa hẹp, thị trường là nơi diễn ra sự trao đổi và mua bán hàng hóa.

Ví dụ: chợ, cửa hàng, sở giao dịch ...

Theo nghĩa rộng, thị trường là tổng thể tất cả các mối quan hệ cạnh tranh, cung - cầu, giá cả, giá trị... mà trong đó giá cả và sản lượng hàng hóa tiêu thụ được xác định.

1.1.1.2. Phân loại

- Theo đối tượng giao dịch, mua bán cụ thể, có thị trường từng loại hàng hóa và dịch vụ như thị trường lúa gạo, thị trường dầu mỏ, thị trường ngoại tệ, thị trường chứng khoán...

- Theo ý nghĩa và vai trò của các đối tượng mua bán, giao dịch, có thị trường các yếu tố sản xuất như thị trường tư liệu sản xuất, thị trường lao động, thị trường vốn, thị trường khoa học - công nghệ, thị trường tư liệu tiêu dùng...

- Theo tính chất và cơ chế vận hành, có thị trường tự do, thị trường cạnh tranh không hoàn hảo (thị trường độc quyền mang tính cạnh tranh, thị trường cạnh tranh mang tính độc quyền), thị trường tự do với sự điều tiết của chính phủ, thị trường độc quyền thuần túy...

- Theo quy mô và phạm vi của các quan hệ kinh tế, có thị trường địa phương, thị trường khu vực, thị trường trong nước, thị trường nước ngoài,...

Thị trường phát triển cùng với sự phát triển của sản xuất và trao đổi hàng hóa. Đầu tiên trong sản xuất hàng hóa là thị trường sản phẩm, thị trường các tư liệu tiêu dùng, sau đó là thị trường tư liệu sản xuất, từ thị trường tư liệu sản xuất đến thị trường lao động, thị trường vốn, thị trường chứng khoán. Đồng thời, khi quy mô các quan hệ kinh tế được mở rộng, thì thị trường cũng phát triển: từ thị trường địa phương, thị trường khu vực tới thị trường cả nước, sau đó là thị trường quốc tế; từ thị trường cạnh tranh không hoàn hảo tới thị trường cạnh tranh hoàn hảo, cạnh tranh mang tính độc quyền, độc quyền mang tính cạnh tranh; từ thị trường không có sự điều tiết, tự do vô chính phủ, đến thị trường có sự điều tiết của nhà nước...

1.1.2. Chức năng của thị trường

- *Chức năng thừa nhận công dụng xã hội của hàng hóa (giá trị sử dụng xã hội) và lao động đã chi phí để sản xuất ra nó, thông qua việc hàng hóa có bán được hay không, và bán với giá như thế nào.* Nếu hàng hóa bán được và bán với giá cả bằng giá trị, có nghĩa là xã hội không chỉ thừa nhận công dụng của nó, mà còn thừa nhận mức hao phí lao động để sản xuất ra nó là phù hợp với mức hao phí lao động xã hội cần thiết, và giá trị hàng hóa được thực hiện. Ngược lại, nếu hàng hóa không bán được, có nghĩa là, hoặc do công dụng của hàng hóa không được thừa nhận (có thể do chất lượng kém hoặc quy cách, mẫu mã không phù hợp...), hoặc do chi phí sản xuất cao hơn mức trung bình của xã hội (quá đắt) nên xã hội không chấp nhận. Nếu hàng hóa bán được, nhưng với giá cả thấp hơn giá trị, có nghĩa là xã hội chỉ thừa nhận công dụng của nó và một phần chi phí sản xuất ra nó.

- *Chức năng cung cấp thông tin cho người sản xuất và người tiêu dùng thông qua những biến động của nhu cầu xã hội về số lượng, chất lượng, chủng loại, cơ cấu các loại hàng hóa, giá cả, tình hình cung - cầu về các loại hàng hóa...*

- *Chức năng kích thích hoặc hạn chế sản xuất và tiêu dùng.* Trên cơ sở những thông tin thu được từ thị trường, người sản xuất và người tiêu dùng sẽ buộc phải có những ứng xử, điều chỉnh kịp thời cho phù hợp với sự biến đổi của thị trường, nhờ đó sản xuất và tiêu dùng được kích thích hoặc hạn chế. Ví dụ, khi giá cả hàng hóa nào đó tăng lên, người sản xuất sẽ mở rộng quy mô sản xuất, còn người tiêu dùng sẽ hạn chế nhu cầu và ngược lại...

1.2. Cơ chế thị trường và nền kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta.

1.2.1. Cơ chế thị trường

1.2.1.1. Khái niệm

Cơ chế thị trường là cơ chế vận hành của nền kinh tế thị trường, trong đó các mối quan hệ kinh tế được biểu hiện chủ yếu qua mua bán hàng hóa dịch vụ

bằng tiền trên thị trường và bị chi phối bởi các quy luật kinh tế phổ biến của nền kinh tế hàng hóa.

1.2.1.2. Đặc trưng của cơ chế thị trường

+ Sản xuất, kinh doanh theo nhu cầu thị trường: Thị trường là xuất phát điểm cho mọi hoạt động sản xuất kinh doanh: Sản xuất kinh doanh là cái gì? Sản xuất kinh doanh như thế nào? Sản xuất kinh doanh cho ai? Là do thị trường quyết định. Đồng thời thị trường là nơi kiểm định hiệu quả sản xuất kinh doanh thông qua tiêu thụ hàng hóa trên thị trường. Để tồn tại và phát triển người sản xuất phải sản xuất cái thị trường cần chứ không chỉ sản xuất cái mình có. Người kinh doanh thương mại dịch vụ chỉ mua hàng hóa tiêu thụ được chứ không mua hàng hóa không thể tiêu thụ được.

+ Các chủ thể được tự do theo đuổi lợi ích của mình trong hoạt động kinh doanh, tự do hành nghề, liên kết, hợp tác và cạnh tranh với nhau trong khuôn khổ pháp luật. Do vậy giải phóng mọi tiềm năng, tạo động lực cho nền kinh tế phát triển.

+ Động lực của cơ chế thị trường là lợi nhuận. Các chủ thể kinh tế hoạt động sản xuất kinh doanh trên thị trường vì lợi nhuận, đó là nguồn sống đảm bảo cho sự tồn tại và phát triển của DN. Trong thời kỳ quá độ lên CNXH, để thực hiện vai trò của mình, Nhà nước thành lập các DN công ích hoạt động không phải vì mục đích lợi nhuận mà lấy việc thực hiện chính sách kinh tế xã hội làm mục tiêu.

+ Quan hệ mua – bán, hàng – tiền là quan hệ phổ biến và được tôn trọng. Người mua, người bán được tự do thỏa thuận các điều kiện trao đổi, mua bán không bị lệ thuộc bởi các thủ tục hành chính của Nhà nước.

+ Quy luật vận hành của nền kinh tế thị trường là quy luật kinh tế phổ biến của nền kinh tế hàng hóa: quy luật giá trị, quy luật cung cầu, quy luật cạnh tranh. Đây là những quy luật chủ yếu chi phối hoạt động sản xuất kinh doanh của các chủ thể trên thị trường.

Cơ chế thị trường là cơ chế tốt nhất vận hành nền kinh tế thị trường mang lại hiệu quả cao, nó có đặc trưng riêng khi hoạt động trong nền kinh tế hàng hóa ở các nước khác nhau có trình độ phát triển khác nhau.

1.2.2. Kinh tế thị trường định hướng XHCN ở nước ta

1.2.2.1. Sự tồn tại khách quan và lợi ích của việc phát triển kinh tế hàng hóa, kinh tế thị trường

* Sự tồn tại khách quan của kinh tế thị trường ở nước ta:

Kinh tế thị trường là mô hình kinh tế mà ở đó các quan hệ kinh tế đều được thực hiện trên thị trường, thông qua quá trình trao đổi mua bán. Quan hệ hàng hóa - tiền tệ phát triển đến một trình độ nhất định sẽ đạt đến kinh tế thị trường.

Kinh tế thị trường là giai đoạn phát triển của kinh tế hàng hóa dựa trên cơ sở phát triển của lực lượng sản xuất. Trong những điều kiện kinh tế - xã hội khác

nhau, sự phát triển của kinh tế hàng hóa, tất nhiên, chịu sự tác động của những quan hệ xã hội nhất định hình thành nên các chế độ kinh tế - xã hội khác nhau. Vì vậy, không thể nói kinh tế hàng hóa là sản phẩm của một chế độ kinh tế - xã hội nào mà phải hiểu rằng nó là một sản phẩm của quá trình phát triển của lực lượng sản xuất xã hội loài người, nó xuất hiện và tồn tại trong nhiều phương thức sản xuất xã hội và đến trình độ cao hơn đó là kinh tế thị trường. Ở Việt Nam, trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội, những điều kiện chung để kinh tế hàng hóa xuất hiện vẫn còn tồn tại. Do đó, sự tồn tại kinh tế hàng hóa ở nước ta là một tất yếu khách quan.

Những điều kiện chung để kinh tế hàng hóa xuất hiện và tồn tại là:

- *Phân công lao động xã hội là cơ sở tất yếu của nền sản xuất hàng hóa vẫn tồn tại và ngày càng phát triển cả về chiều rộng lẫn chiều sâu ở nước ta hiện nay.* Sự phát triển của phân công lao động xã hội thể hiện ở chỗ các ngành nghề ở nước ta ngày càng đa dạng, phong phú, chuyên môn hóa sâu. Điều đó, đã góp phần phá vỡ tính chất tự cung tự cấp của nền kinh tế tự nhiên trước đây và thúc đẩy kinh tế hàng hóa phát triển mạnh mẽ hơn. Hơn nữa, phân công lao động xã hội là cơ sở để nâng cao năng suất lao động xã hội, nghĩa là làm cho nền kinh tế ngày càng có nhiều sản phẩm đem ra trao đổi, mua bán. Do đó, làm cho trao đổi, mua bán hàng hóa trên thị trường càng phát triển hơn.

- *Sự tồn tại và phát triển của nhiều hình thức sở hữu, nhiều thành phần kinh tế khác nhau tạo nên sự tách biệt kinh tế giữa các chủ thể kinh tế độc lập cũng là điều kiện tất yếu cho sự tồn tại và phát triển kinh tế hàng hóa, kinh tế thị trường ở nước ta.* Thật vậy, một khi còn tồn tại nhiều dạng sở hữu khác nhau về tư liệu sản xuất và về sản phẩm lao động sẽ tạo nên sự độc lập về kinh tế của những ngành chủ sở hữu khác nhau đó. Do đó, các chủ thể kinh tế trong nền kinh tế khi cần sản phẩm của nhau tất yếu phải thông qua con đường thoả thuận, trao đổi, mua bán. Đại hội lần thứ IX của Đảng đã khẳng định mô hình nền kinh tế ở nước ta trong thời kỳ quá độ là nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần vận động theo cơ chế thị trường, có sự quản lý của Nhà nước theo định hướng xã hội chủ nghĩa (gọi tắt là kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa). Sự lựa chọn đó là xuất phát từ những lợi ích của việc phát triển kinh tế - xã hội đem lại cho nước ta.

* *Phát triển nền kinh tế thị trường ở nước ta có lợi là:*

- Nước ta trong thời kỳ quá độ muốn phát triển mạnh mẽ lực lượng sản xuất thì phải xã hội hóa, chuyên môn hóa lao động. Quá trình ấy chỉ có thể diễn ra một cách thuận lợi trong một nền kinh tế hàng hóa, kinh tế thị trường. Sản xuất càng xã hội hóa, chuyên môn hóa thì càng đòi hỏi phát triển sự hiệp tác và trao đổi hoạt động kinh tế trong xã hội, càng phải thông qua sự trao đổi hàng hóa giữa các đơn vị sản xuất để đảm bảo những nhu cầu cần thiết của các loại hoạt động sản xuất khác nhau.

- Chỉ có phát triển kinh tế thị trường mới làm cho nền kinh tế nước ta phát triển năng động. Trong cơ chế kinh tế cũ, vì coi thường quy luật giá trị, cạnh tranh, cung cầu nên các cơ sở kinh tế cũng thiếu sức sống và động lực để phát

triển sản xuất. Sử dụng kinh tế thị trường là sử dụng quy luật giá trị, cạnh tranh, cung cầu, buộc mỗi người sản xuất tự chịu trách nhiệm về hàng hóa do mình làm ra. Chính vì thế mà nền kinh tế trở nên sống động. Mỗi người sản xuất đều chịu sức ép buộc phải quan tâm tới sự tiêu thụ trên thị trường, sao cho sản phẩm của mình được xã hội thừa nhận và cũng từ đó họ mới có được thu nhập.

- Phát triển nền kinh tế thị trường là phù hợp với sự phát triển của lực lượng sản xuất xã hội, cũng có nghĩa là sản phẩm xã hội ngày càng phong phú, đáp ứng nhu cầu đa dạng của mọi người. ở nông thôn nước ta, sự phát triển kinh tế thị trường và việc tăng tỷ lệ hàng hóa nông sản đã làm cho hàng hóa bán ra của nông dân nhiều lên, thu nhập tăng lên, đồng thời các ngành nghề ở nông thôn cũng ngày một phát triển, tạo ra cho nông dân nhiều việc làm. Đó cũng là điều đã diễn ra ở thành phố, đối với những người lao động thành thị.

- Phát triển kinh tế thị trường đòi hỏi phải đào tạo ngày càng nhiều cán bộ quản lý và lao động có trình độ cao. Muốn thu được lợi nhuận, họ cần phải vận dụng nhiều biện pháp để quản lý kinh tế, thúc đẩy tiến bộ kỹ thuật, hạ giá thành sản phẩm, làm cho sản xuất phù hợp với nhu cầu của thị trường, nâng cao hơn nữa hiệu quả kinh tế. Qua cuộc cạnh tranh trên thị trường, những nhân tài quản lý kinh tế và lao động thành thạo xuất hiện ngày càng nhiều và đó là một dấu hiệu quan trọng của tiên bộ kinh tế.

Như vậy, phát triển kinh tế thị trường đối với nước ta là một tất yếu kinh tế, một nhiệm vụ kinh tế cấp bách để chuyển nền kinh tế lạc hậu thành nền kinh tế hiện đại, hội nhập vào sự phân công lao động quốc tế. Đó là con đường đúng đắn để phát triển lực lượng sản xuất, khai thác có hiệu quả mọi tiềm năng của đất nước để thực hiện nhiệm vụ công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Kinh tế hàng hóa, kinh tế thị trường không đối lập với các nhiệm vụ kinh tế - xã hội của thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội mà trái lại thúc đẩy các nhiệm vụ đó phát triển mạnh mẽ hơn.

Thực tiễn những năm đổi mới chỉ ra rằng, việc chuyển sang mô hình kinh tế thị trường của Đảng ta là hoàn toàn đúng đắn. Nhờ mô hình kinh tế đó, chúng ta đã bước đầu khai thác được tiềm năng trong nước đi đôi với thu hút vốn và kỹ thuật nước ngoài, giải phóng được năng lực sản xuất trong xã hội, phát triển lực lượng sản xuất, góp phần quyết định bảo đảm nhịp độ tăng trưởng GDP bình quân hàng năm cao. Hệ thống kết cấu hạ tầng kỹ thuật và xã hội được tăng cường. Đời sống của nhân dân được cải thiện, nâng cao tích lũy xã hội, tạo tiền đề cho sự phát triển trong tương lai.

1.2.2.2. Đặc trưng chủ yếu của kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa ở nước ta

- Mục đích của nền kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa là phát triển lực lượng sản xuất hiện đại gắn liền với xây dựng quan hệ sản xuất mới phù hợp trên cả ba mặt: sở hữu, quản lý và phân phối nhằm thực hiện dân giàu, nước mạnh, xã hội công bằng, dân chủ, văn minh.

- Về sở hữu sẽ phát triển theo hướng còn tồn tại các hình thức sở hữu khác nhau, nhiều thành phần kinh tế khác nhau trong đó kinh tế nhà nước giữ vai trò chủ đạo. Tiêu chuẩn căn bản để đánh giá hiệu quả xây dựng quan hệ sản xuất theo định hướng xã hội chủ nghĩa là thúc đẩy phát triển lực lượng sản xuất, cải thiện đời sống nhân dân và thực hiện công bằng xã hội nên phải từng bước xác lập và phát triển chế độ sở hữu công cộng về tư liệu sản xuất chủ yếu một cách vững chắc, tránh nóng vội xây dựng ồ ạt mà không tính đến hiệu quả như trước đây.

- Về quản lý, trong kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa phải có sự quản lý của Nhà nước xã hội chủ nghĩa. Nhà nước xã hội chủ nghĩa quản lý nền kinh tế bằng pháp luật, chiến lược, kế hoạch, chính sách đồng thời sử dụng cơ chế thị trường, các hình thức kinh tế và phương pháp quản lý kinh tế thị trường để kích thích sản xuất, giải phóng sức sản xuất, phát huy tính tích cực và hạn chế những mặt tiêu cực, khuyết tật của cơ chế thị trường, bảo vệ lợi ích của nhân dân lao động của toàn thể nhân dân.

- Về phân phối, kinh tế thị trường định hướng xã hội chủ nghĩa thực hiện đa dạng hoá các hình thức phân phối. "Thực hiện chế độ phân phối chủ yếu theo kết quả lao động, hiệu quả kinh tế, đồng thời theo mức đóng góp vốn cùng các nguồn lực khác và thông qua phúc lợi xã hội"

Cơ chế phân phối này vừa tạo động lực kích thích các chủ thể kinh tế nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh, đồng thời hạn chế những bất công trong xã hội. Thực hiện tăng trưởng kinh tế gắn liền với tiến bộ, công bằng xã hội ngay trong từng bước và từng chính sách phát triển.

- Tính định hướng xã hội chủ nghĩa của nền kinh tế thị trường nước ta còn thể hiện ở chỗ tăng trưởng kinh tế phải đi đôi với phát triển văn hóa, giáo dục, xây dựng nền văn hóa Việt Nam tiên tiến, đậm đà bản sắc dân tộc, làm cho chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh giữ vai trò chủ đạo trong đời sống tinh thần của nhân dân, nâng cao dân trí, giáo dục và đào tạo con người, xây dựng và phát triển nguồn nhân lực của đất nước.

Chủ trương xây dựng và phát triển nền kinh tế thị trường, định hướng xã hội chủ nghĩa thể hiện trình độ tư duy, và vận dụng của Đảng ta về quy luật về sự phù hợp giữa quan hệ sản xuất với tính chất và trình độ phát triển của lực lượng sản xuất. Đây là mô hình kinh tế tổng quát của nước ta trong thời kỳ quá độ lên chủ nghĩa xã hội.

1.3. Quan hệ cung cầu hàng hóa trên thị trường

Bây giờ chúng ta xuất phát từ một thị trường riêng biệt nào đó, thị trường gạo, thị trường quần áo may sẵn, hay thị trường dịch vụ tư vấn pháp lý. Trên một thị trường này, có hai nhóm người ra quyết định chính là người mua hàng hay người tiêu dùng và người bán hàng hay người sản xuất. Quyết định của người mua hàng hay tiêu dùng là quyết định từ phía cầu về hàng hóa, còn quyết định của người bán hàng hay sản xuất là quyết định từ phía cung cấp hàng hóa.

Nói đến thị trường là nói đến sự tương tác cầu, cung về hàng hoá. Kết quả của sự tương tác này xác định giá cả cũng như lượng hàng hoá được giao dịch.

1.3.1. Cầu

1.3.1.1. Khái niệm

Cầu về một loại hàng hoá biểu thị những khối lượng hàng hoá mà người tiêu dùng mong muốn và sẵn sàng mua tương ứng với các mức giá xác định.

- Nói đến cầu về một loại hàng hoá cụ thể, trước hết cần quan tâm đến khối lượng hàng hoá mà người tiêu dùng muốn mua và có khả năng mua trong giới hạn một khoảng thời gian nào đó. Khối lượng này lại tùy thuộc vào từng mức giá của hàng hoá ở thời điểm mà người tiêu dùng ra quyết định. Khi giá hàng hoá thay đổi, lượng hàng mà người tiêu dùng muốn mua cũng sẽ thay đổi. Vì thế, cầu về một loại hàng hoá, thực chất, biểu thị mối quan hệ giữa hai biến số: một bên là lượng hàng hoá mà người tiêu dùng muốn và có khả năng mua, một bên là các mức giá tương ứng. Lượng hàng hoá mà người tiêu dùng sẵn lòng mua được gọi là lượng cầu hay mức cầu về hàng hoá. Lượng cầu luôn gắn với một mức giá cụ thể.

- Khi thể hiện quan hệ giữa lượng cầu và giá cả hàng hoá, giả định rằng các yếu tố khác có liên quan đến nhu cầu của người tiêu dùng như thu nhập, sở thích v.v... là xác định. Nói cách khác, một quan hệ cầu cụ thể về một loại hàng hoá được xem xét trong điều kiện các yếu tố khác được coi là đã biết và được giữ nguyên, không thay đổi. Ở đây, điều người ta quan tâm là lượng cầu thay đổi như thế nào khi các mức giá của hàng hoá thay đổi.

- Khái niệm mức giá được đề cập ở đây là mức giá hiện hành của chính hàng hoá mà chúng ta đang xem xét. Mức giá của chính hàng hoá này nhưng được hình thành ở thời điểm khác (chẳng hạn mức giá dự kiến trong tương lai) hay mức giá của các hàng hoá khác được coi là các yếu tố khác. Thứ tư, ta có thể đề cập tới cầu cá nhân của một người tiêu dùng, song cũng có thể nói đến cầu của cả thị trường như là cầu tổng hợp của các cá nhân.

1.3.1.2. Cách biểu thị cầu

Có thể biểu thị cầu về một loại hàng hoá theo nhiều cách khác nhau: thông qua một biểu cầu, một phương trình đại số hay một đồ thị.

Biểu cầu thể hiện quan hệ cầu về một loại hàng hoá trong một khoảng thời gian nào đó thông qua hai dãy số liệu tương ứng với nhau.

Biểu cầu bao gồm hai cột (hay hai hàng) số liệu: một cột (hay hàng) thể hiện các mức giá của hàng hoá ta đang phân tích, cột (hay hàng) còn lại thể hiện những lượng cầu khác nhau, tương ứng.

Ví dụ, bảng 2.1 là một biểu cầu thể hiện nhu cầu của những người tiêu dùng về thịt gà trong một khoảng thời gian giả định nào đó.

Bảng 2.1: Cầu về thịt bò của một người tiêu dùng

Mức giá (nghìn đồng/kg)	Lượng cầu (kg)
-------------------------	----------------

40	60.000
50	55.000
60	50.000
70	45.000
80	40.000
90	35.000
100	30.000

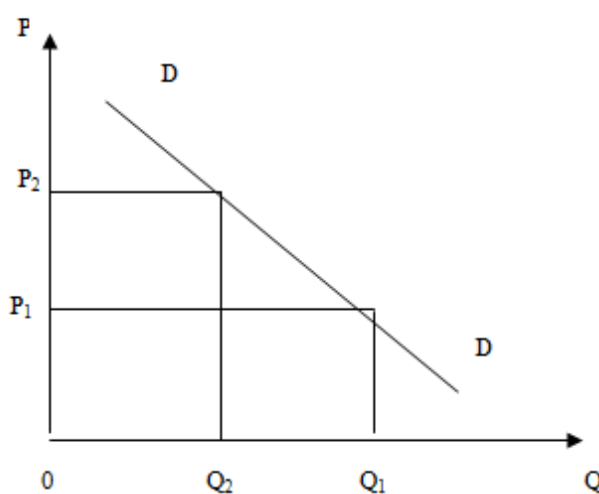
Biểu cầu chỉ cho ta một hình dung nhất định về cầu của người tiêu dùng theo những mức giá “rời rạc” khác nhau. Mặc dù trên thực tế, các mức giá trên thị trường xuất hiện như những giá trị “rời rạc”, nhưng sẽ là công kênh, và không khái quát khi chúng ta muốn biểu thị phản ứng mua hàng của người tiêu dùng tại quá nhiều mức giá trên một biểu cầu. Vì thế, để có thể diễn đạt quan hệ cầu một cách khái quát hơn, người ta có thể biểu thị cầu dưới dạng các phương trình đại số hay các đồ thị.

Hàm số cầu đơn giản nhất thường được sử dụng là một hàm số dạng tuyến tính:

$$QD = a.P + b, \text{ với } a, b \text{ là những tham số xác định.}$$

Qua hàm số cầu, quan hệ về mặt số lượng giữa lượng hàng hoá mà người tiêu dùng sẵn lòng mua và mức giá của chính hàng hoá được thể hiện một cách đơn giản, khái quát: ứng với một mức giá nhất định, ta biết được lượng cầu về hàng hoá của người tiêu dùng là bao nhiêu.

Đồ thị là cách biểu thị trực quan mối quan hệ hàm số giữa hai biến số. Trên đồ thị, người ta thể hiện cầu dưới hình ảnh một đường cầu nhất định. QD hay lượng cầu là biến số được biểu thị trên trục hoành. P hay mức giá là biến số giải thích, thường được đo trên trục tung.



Hình 2.1. Đường cầu thị trường.

1.3.1.3. Quy luật cầu

Nếu các điều kiện khác được giữ nguyên, không thay đổi, lượng cầu về một loại hàng hoá điển hình sẽ tăng lên khi mức giá của chính hàng hoá này hạ xuống và ngược lại.

Ví dụ, như số liệu ở bảng 2.1 cho thấy, khi giá thịt bò là 100 nghìn đồng 1 kg, lượng thịt bò mà những người tiêu dùng muốn mua trong khoảng thời gian chúng ta xem xét là 30.000 kg hay 30 tấn. Khi thịt bò trở nên rẻ đi, giá của nó hạ xuống còn 90 nghìn đồng 1 kg, lượng cầu về thịt bò sẽ tăng lên thành 35 tấn. Nếu giá thịt bò tiếp tục hạ, ví dụ như còn là 80, 70 nghìn đồng một kg, thì mức cầu về thịt bò cũng sẽ gia tăng tương ứng thành 40, 45 tấn.

1.3.1.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến cầu hàng hóa

** Thu nhập*

Có hai loại hàng hoá: một loại (VD: ô tô, thịt ngon...) thì khi thu nhập tăng, cầu của người tiêu dùng về nó cũng tăng theo (và ngược lại, khi thu nhập giảm, cầu về nó cũng giảm), còn một loại (khoai, sắn...) thì ngược lại: cầu của những người tiêu dùng về nó tăng khi thu nhập của họ giảm, và cầu của họ giảm khi thu nhập tăng lên. Loại hàng hoá thứ nhất được gọi là hàng hoá thông thường, loại hàng hoá còn lại được gọi là hàng hoá thứ cấp.

** Sở thích*

Khi sở thích của người tiêu dùng thay đổi, lượng cầu của người tiêu dùng ở từng mức giá cũng thay đổi. Khi một hàng hoá được người tiêu dùng ưa chuộng hơn trước, cầu về nó trên thị trường sẽ tăng lên. Ngược lại, vì một lý do nào đó mà sự ưa thích của người tiêu dùng về một loại hàng hoá giảm xuống, cầu về hàng hoá này sẽ giảm.

** Giá cả hàng hoá*

+ Cầu đối với 1 loại hàng hoá nào đó phụ thuộc vào giá cả của hàng hoá đó. Khi giá hàng hoá tăng thì cầu về hàng hoá đó giảm và ngược lại.

+ Cầu đối với 1 loại hàng hoá còn phụ thuộc vào giá của những hàng hoá có liên quan:

- Đối với hàng hoá thay thế: khi giá của hàng hoá thay thế tăng lên, cầu về hàng hoá mà ta đang xem xét cũng tăng lên.

B được coi là hàng hoá thay thế của A, và ngược lại nếu như người ta có thể sử dụng hàng hoá này thay cho hàng hoá kia trong việc thoả mãn nhu cầu của mình. VD: thịt bò và thịt gà...

- Đối với hàng hoá bổ sung: nếu giá của hàng hoá bổ sung tăng lên, cầu về hàng hoá mà ta đang phân tích sẽ giảm

B được gọi là hàng hoá bổ sung cho A nếu như việc tiêu dùng A luôn kéo theo việc tiêu dùng B. Những cặp hàng hoá như: chè Lipton và đường; xe máy và xăng; ô tô và xăng hay phụ tùng ô tô...

** Các kỳ vọng*

Sự mong đợi của người tiêu dùng về thu nhập, thị hiếu, giá cả... làm ảnh hưởng đến cầu đối với hàng hóa dịch vụ.

Khi giá kỳ vọng tăng, cầu về hàng hoá sẽ tăng và đường cầu sẽ dịch chuyển về bên phải. Trái lại, khi giá kỳ vọng giảm, cầu về hàng hoá sẽ giảm và đường cầu sẽ dịch chuyển sang trái.

** Số lượng người mua*

Khi số lượng người mua hay người tiêu dùng trên một thị trường hàng hoá tăng lên thì cầu thị trường về hàng hoá này cũng tăng lên và ngược lại.

1.3.2. Cung

1.3.2.1. Khái niệm

Cung về một loại hàng hoá cho ta biết số lượng hàng hoá mà người sản xuất sẵn sàng cung ứng và bán ra tương ứng với các mức giá khác nhau.

1.3.2.2. Cách biểu thị cung

Cũng như cầu, người ta có thể biểu thị cung bằng một biểu cung, một hàm số (phương trình đại số) cung hay một đường cung trên một hệ trục tọa độ.

Biểu cung là một bảng số liệu gồm hai dãy số liệu đặt tương ứng với nhau. Một dãy số thể hiện các mức giá khác nhau của hàng hoá mà người ta phân tích. Dãy số còn lại thể hiện các khối lượng hàng hoá tương ứng mà người sản xuất sẵn sàng cung ứng.

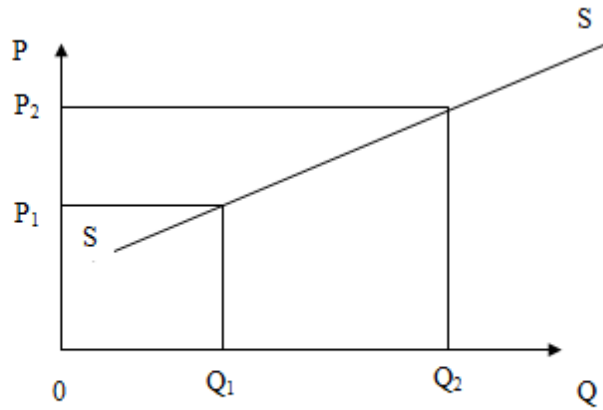
Bảng 2.2: Cung về thịt bò trình bày dưới dạng một biểu cung

Mức giá (nghìn đồng/kg)	Lượng cung (kg)
40	0
50	10.000
60	20.000
70	30.000
80	40.000
90	50.000
100	60.000

Hàm số cung đơn giản nhất thường được viết dưới dạng tuyến tính:

$$QS = cP + d, \text{ trong đó } c \text{ và } d \text{ là những tham số.}$$

Đồ thị đường cung cho ta thấy một cách trực quan mối quan hệ giữa mức giá và lượng cung.



Hình 2.2. Đường cung thị trường.

1.3.2.3. Quy luật cung

Nếu các điều kiện khác được giữ nguyên, lượng cung về một loại hàng hoá điển hình sẽ tăng lên khi mức giá của chính hàng hoá đó tăng lên và ngược lại.

Ví dụ, khi giá thịt bò còn thấp, ví dụ giá thịt bò là 50 nghìn đồng/kg, những nhà sản xuất chỉ sẵn lòng cung ứng ra thị trường một khối lượng thịt bò là 10000 kg hay 10 tấn. Khi giá thịt bò tăng lên thành 60 nghìn đồng/kg, những nhà sản xuất cảm thấy có lãi hơn và họ sẵn sàng tăng lượng thịt bò cung ứng ra thị trường là 20.000 kg hay 20 tấn.

1.3.2.4. Các yếu tố ảnh hưởng đến cung hàng hóa dịch vụ

** Số lượng người sản xuất và nhập khẩu:*

Nếu số lượng càng nhiều thì lượng cung càng lớn và ngược lại

** Trình độ công nghệ:*

Tiến bộ công nghệ là nguồn gốc chính của sự gia tăng nhanh chóng của nguồn cung. Đường cung có xu hướng dịch chuyển xuống dưới (do chi phí sản xuất hạ) và sang bên phải (do người sản xuất sẵn sàng cung cấp nhiều hàng hoá hơn tại mỗi mức giá)

** Giá cả:*

+ Nếu giá cả bản thân hàng hóa cung ứng tăng thì cung hàng hóa sẽ tăng

+ Giá cả các yếu tố đầu vào: Khi giá máy móc, thiết bị, nhân công, nguyên vật liệu... tăng lên, trong điều kiện các yếu tố khác giữ nguyên, chi phí sản xuất hàng hoá sẽ tăng lên và đường cung về hàng hoá này sẽ dịch chuyển lên trên và sang trái. Ngược lại, khi các đầu vào của quá trình sản xuất trở nên rẻ hơn, chi phí sản xuất sẽ hạ, đường cung về hàng hoá sẽ dịch chuyển xuống dưới và sang phải.

** Chính sách của nhà nước:*

Chính sách của nhà nước có ảnh hưởng to lớn đến chi phí sản xuất của doanh nghiệp. Bằng chính sách của mình, nhà nước có thể điều chỉnh hành vi và

tác động đến các điều kiện sản xuất của các doanh nghiệp. Khi mà các doanh nghiệp có thể tiến hành sản xuất trong những môi trường dễ dàng hay thuận lợi hơn, chi phí sản xuất của chúng thường hạ và cung về hàng hoá sẽ tăng. Ngược lại, những quy định chính sách khiến cho các quá trình sản xuất trở nên tốn kém hơn, ít thuận lợi hơn, chi phí sản xuất của các doanh nghiệp sẽ tăng lên và cung về hàng hoá sẽ giảm.

1.3.3. Cân bằng cầu - cung

1.3.3.1. Trạng thái cân bằng cung- cầu trên thị trường

Trên thị trường, người mua thường muốn mua rẻ, còn người bán thường muốn bán đắt. Những nhóm người này có thể đề nghị những mức giá khác nhau. Không phải mức giá nào cũng đem lại sự hài lòng chung cho cả người mua lẫn người bán. Trong trạng thái không được thoả mãn, khi coi mức giá hình thành trên thị trường là thấp so với mức giá mà mình trông đợi, như quy luật cung chỉ ra, người bán sẽ phản ứng bằng cách cắt giảm sản lượng cung ứng. Ngược lại, một khi mức giá hình thành trên thị trường được coi là cao so với mức giá dự kiến, phù hợp với quy luật cầu, người tiêu dùng sẽ có xu hướng cắt giảm lượng hàng hoá mà anh ta (hay chị ta) dự định mua. Những phản ứng kiểu như vậy tạo ra một sự tương tác lẫn nhau giữa người mua và người bán, giữa cầu và cung. Rốt cục, thị trường sẽ vận động về một trạng thái cân bằng, theo đó một mức giá và một mức sản lượng cân bằng sẽ được xác lập.

Cân bằng thị trường là một trạng thái trong đó giá cả và sản lượng giao dịch trên thị trường có khả năng tự ổn định, không chịu những áp lực buộc phải thay đổi. Đó cũng là trạng thái tạo ra được sự hài lòng chung của cả người mua lẫn người bán. Tại mức giá cân bằng, sản lượng hàng hoá mà những người bán sẵn lòng cung cấp ăn khớp hay bằng với sản lượng mà những người mua sẵn lòng mua (vì thế, sản lượng này cũng được gọi là sản lượng cân bằng).

Trên đồ thị, điểm cân bằng được xác định bằng chỗ cắt nhau của đường cầu và đường cung. Trên hình 2.3, điểm E chính là điểm cân bằng, còn P^* và Q^* là mức giá và sản lượng cân bằng.

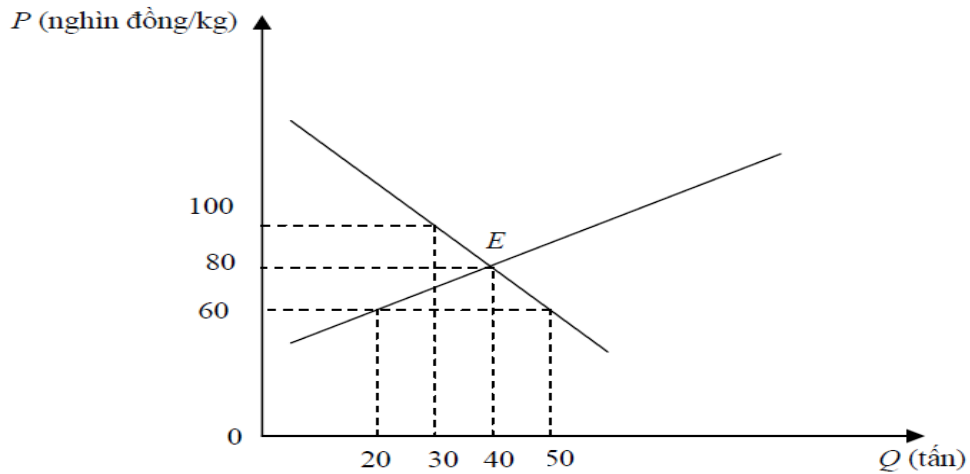
Trên một thị trường có tính chất cạnh tranh, có nhiều người mua, nhiều người bán, đồng thời không có sự can thiệp của nhà nước, giá cả thị trường sẽ có xu hướng hội tụ về mức giá cân bằng - mức giá mà tại đó, lượng cầu bằng chính lượng cung.

Để minh hoạ và giải thích điều khẳng định trên, ta sẽ phối hợp các số liệu ở bảng 2.1 và bảng 2.2 thành bảng 2.3.

Bảng 2.3: Lượng cầu và lượng cung về thịt bò

Mức giá (nghìn đồng/kg)	Lượng cầu (kg)	Lượng cung (kg)
40	60.000	0
50	55.000	10.000
60	50.000	20.000
70	45.000	30.000

80	40.000	40.000
90	35.000	50.000
100	30.000	60.000



Hình 1 : Giá và sản lượng cân bằng trên thị trường thịt bò.
 Thị trường cân bằng tại điểm *E* với mức giá cân bằng là 80 nghìn đ/kg và sản lượng cân bằng là 40 tấn

1.3.3.1. Sự thay đổi giá cân bằng

Khi giá thịt bò trên thị trường tăng lên từ 60 nghìn đồng/kg (năm 2003) thành 80 nghìn đồng/kg (vào đầu năm 2004), thì đây không phải là sự thay đổi thất thường của những mức giá ngẫu nhiên trên con đường hội tụ về mức giá cân bằng mà là sự thay đổi của chính mức giá cân bằng, do các điều kiện thị trường thay đổi. Vì giá cân bằng do cung, cầu xác định nên khi cung, cầu thay đổi, mức giá này cũng sẽ thay đổi.

- + Nếu cung tăng hoặc cầu giảm: giá cân bằng mới < giá cân bằng
- + Nếu cung giảm hoặc cầutăng: giá cân bằng mới > giá cân bằng

1.4. Những vấn đề cơ bản của chính sách phát triển thị trường ở nước ta.

1.4.1. Mục tiêu chính sách

Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ IX đã khẳng định: “Đảng và Nhà nước ta chủ trương thực hiện nhất quán và lâu dài chính sách phát triển nền kinh tế hàng hóa nhiều thành phần vận hành theo cơ chế thị trường, có sự quản lý của Nhà nước theo định hướng XHCN đó chính là nền kinh tế thị trường định hướng XHCN”. Đồng thời xuất phát từ đặc điểm của thị trường nước ta hiện nay, chính sách phát triển thị trường hàng hóa dịch vụ nhằm thực hiện các mục tiêu chủ yếu sau:

- + Tăng cường hiệu lực quản lý của Nhà nước đối với thị trường để giữ vững trật tự, kỷ cương của Nhà nước trên lĩnh vực sản xuất, lưu thông:
- Đổi mới sâu rộng cơ chế quản lý kinh tế.

- Tạo môi trường pháp lý thuận lợi, bình đẳng.
- Kiểm tra, kiểm soát, thanh tra mọi hoạt động kinh doanh.
- Cải cách hệ thống thuế.

+ Tạo dựng môi trường kinh doanh lành mạnh: Dựa trên cơ sở khoa học để xây dựng các chính sách và thể chế hóa thành luật nhằm tạo dựng môi trường và điều kiện hoạt động của các chủ thể kinh doanh.

+ Phát triển thị trường trong nước, đồng thời mở rộng thị trường ngoài nước, tạo đà hội nhập kinh tế quốc tế.

1.4.2. Chính sách phát triển thị trường hàng hóa dịch vụ

1.4.2.1. Chính sách lưu thông hàng hóa và dịch vụ trong nước

* Nhà nước khuyến khích, tạo điều kiện mở rộng lưu thông hàng hóa, phát triển dịch vụ thương mại mà pháp luật không hạn chế hoặc không cấm.

* Để quản lý tốt hàng hóa dịch vụ lưu thông trên thị trường, Chính phủ đã ban hành Nghị định 11(03/3/1999) quy định:

+ Hàng hóa cấm lưu thông và dịch vụ thương mại cấm thực hiện (Danh mục 1): Là những hàng hóa, dịch vụ trong quá trình lưu thông hoặc sử dụng có thể gây nguy hại đến an ninh quốc phòng, chính trị, kinh tế, xã hội, truyền thống văn hóa dân tộc, môi trường và sức khỏe nhân dân như: Vũ khí đạn dược, các chất ma túy, các sản phẩm văn hóa đồi trụy, mê tín dị đoan....

+ Hàng hóa dịch vụ hạn chế kinh doanh, kinh doanh có điều kiện:

Là những hàng hóa, dịch vụ trong quá trình lưu thông, sử dụng có thể gây nguy hại đến sức khỏe con người, môi trường sống.... đòi hỏi phải hạn chế kinh doanh và chủ thể kinh doanh phải đảm bảo những điều kiện nhất định.

- Hàng hóa dịch vụ hạn chế kinh doanh (Danh mục 2): Ngoài việc chủ thể phải đảm bảo các điều kiện, việc kinh doanh những hàng hóa, dịch vụ trong danh mục này được giới hạn ở mức độ nhất định do Nhà nước xem xét xác định phù hợp với tình hình cụ thể từng thời kỳ, từng địa bàn, tính chất mặt hàng và yêu cầu quản lý.

- Hàng hóa dịch vụ kinh doanh có điều kiện (Danh mục 3): Những mặt hàng này thương nhân đủ điều kiện kinh doanh là được kinh doanh không hạn chế về quy mô.

1.4.2.2. Chính sách với các thành phần kinh tế tham gia thị trường

Đảng và Nhà nước ta chủ trương thực hiện nhất quán chính sách phát triển nền kinh tế nhiều thành phần. Các thành phần kinh doanh theo pháp luật đều là bộ phận cấu thành quan trọng của nền kinh tế thị trường định hướng XHCN, cùng phát triển lâu dài, hợp tác và cạnh tranh lành mạnh

Tất cả các thương nhân thuộc các thành phần kinh tế đều có quyền và nghĩa vụ bình đẳng trước pháp luật. Nhà nước bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp

khác do kinh doanh đem lại của các thương nhân thuộc các thành phần kinh tế, tạo dựng môi trường kinh doanh thuận lợi, bình đẳng.

1.4.2.3. Chính sách ngoại thương

+ Nhà nước thống nhất quản lý hoạt động ngoại thương, có chính sách đa dạng hóa mặt hàng, đa phương hóa quan hệ, mở rộng giao lưu, hợp tác kinh tế với các quốc gia trên thế giới trên cơ sở tôn trọng độc lập chủ quyền và toàn vẹn lãnh thổ, không can thiệp vào công việc nội bộ của nhau.

+ Nhà nước khuyến khích, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp sản xuất hàng xuất khẩu và tham gia xuất khẩu, đặc biệt đối với những mặt hàng có lợi thế so sánh. Khuyến khích nhập khẩu những mặt hàng trong nước chưa sản xuất được hoặc không có lợi thế so sánh.

❖ TÓM TẮT CHƯƠNG 1

Trong chương này, một số nội dung chính được giới thiệu:

- Thị trường: Khái niệm, chức năng
- Cơ chế thị trường và kinh tế thị trường định hướng XHCN
- Khái niệm cung, cầu và quan hệ cung cầu hàng hóa trên thị trường
- Chính sách phát triển thị trường hàng hóa, dịch vụ

❖ CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 1

1. Trình bày khái niệm thị trường và phân tích các chức năng của thị trường.

2. Trình bày khái niệm cơ chế thị trường và phân tích đặc trưng của cơ chế thị trường.

3. Trình bày khái niệm cung, cầu hàng hóa và trình bày các yếu tố ảnh hưởng đến cung cầu hàng hóa trên thị trường.

4. Phân tích trạng thái cân bằng cung cầu trên thị trường hàng hóa.

CHƯƠNG 2. DOANH NGHIỆP NHÀ HÀNG – KHÁCH SẠN VÀ VIỆC NGHIÊN CỨU NHU CẦU THỊ TRƯỜNG

❖ GIỚI THIỆU CHƯƠNG 2

Chương 2 là chương giới thiệu về các vấn đề liên quan đến doanh nghiệp nhà hàng khách sạn, nghiên cứu nhu cầu thị trường về nhu cầu tiêu dùng và nhu cầu có khả năng thanh toán, phân loại nhu cầu và các nhân tố ảnh hưởng đến nhu cầu có khả năng thanh toán.

❖ MỤC TIÊU

* *Về kiến thức:*

- + Ghi nhớ được khái niệm doanh nghiệp và các loại hình doanh nghiệp
- + Nhận biết một số cơ sở kinh doanh lưu trú, ăn uống hiện nay.
- + Trình bày được các chức năng của doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.
- + Phân biệt được nhu cầu tiêu dùng và nhu cầu có khả năng thanh toán.
- + Trình bày được phân loại nhu cầu theo các tiêu thức.

* *Về kỹ năng:*

+ Nhận diện được tầm quan trọng của việc nghiên cứu doanh nghiệp và các loại hình doanh nghiệp

+ Xác định và vận dụng được chức năng của doanh nghiệp nhà hàng khách sạn, nhu cầu tiêu dùng và nhu cầu có khả năng thanh toán vào thực tiễn.

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

- + Người học có ý thức, trách nhiệm với nghề nghiệp.
- + Chủ động nghiên cứu tài liệu, cập nhật 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 dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận chương 2 (cá nhân hoặc nhóm).*

- *Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (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
- *Học liệu, dụng cụ, nguyên vật liệu:* Chương trình môn học, giáo trình, 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 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.

* Phương pháp:

+ *Điểm kiểm tra thường xuyên*: không có

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

❖ NỘI DUNG CHƯƠNG 2

2.1. Doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn

2.1.1. Khái niệm doanh nghiệp và các đặc trưng cơ bản của doanh nghiệp

2.1.1.1. Khái niệm doanh nghiệp

Trong một nền kinh tế tồn tại nhiều chủ thể độc lập. Chính các chủ thể kinh tế đã tạo ra của cải vật chất cho xã hội, đồng thời thúc đẩy nền kinh tế phát triển, trong đó các doanh nghiệp đóng vai trò quan trọng và cũng chính là bộ phận thực hiện các mục tiêu kinh tế quan trọng của một quốc gia. Vậy doanh nghiệp là gì? Sau đây là một vài khái niệm về doanh nghiệp:

+ Doanh nghiệp là chủ thể kinh tế độc lập, có tư cách pháp nhân, hoạt động kinh doanh trên thị trường nhằm là tăng giá trị của chủ sở hữu.

+ Doanh nghiệp là một cách thức tổ chức hoạt động kinh tế của nhiều cá nhân. Có nhiều hoạt động kinh tế chỉ có thể thực hiện được bởi các doanh nghiệp chứ không phải các cá nhân..

+ Doanh nghiệp là đơn vị được thành lập nhằm mục đích chủ yếu là thực hiện các hoạt động kinh doanh.

+ Theo luật doanh nghiệp: *Doanh nghiệp là tổ chức kinh tế có tên riêng, có tài sản, có trụ sở giao dịch ổn định, được đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật nhằm mục đích thực hiện các hoạt động kinh doanh.*

- “Tổ chức” được hiểu là một nhóm tối thiểu từ hai người trở lên cùng hoạt động với nhau theo những nguyên tắc, thể chế và những tiêu chuẩn văn hóa nhất định, nhằm đạt được những mục tiêu chung.

- Hoạt động kinh doanh: Là việc thực hiện một, một số hoặc toàn bộ các công đoạn của quá trình từ đầu tư sản xuất đến tiêu thụ sản phẩm hoặc thực hiện 1 dịch vụ nào đó trên thị trường nhằm tìm kiếm lợi nhuận.

2.1.1.2. Các đặc trưng cơ bản của doanh nghiệp

+ Là chủ thể kinh tế độc lập (độc lập hay độc lập tương đối về tài sản, có quyền tự chủ trong kinh doanh và hạch toán kinh tế độc lập)

+ Có tư cách pháp nhân hoặc thể nhân (đối với tổ chức không chính thức)

Một tổ chức được công nhận là pháp nhân hoặc thể nhân (đối với tổ chức không chính thức)

Một tổ chức được công nhận là pháp nhân khi có đủ các điều kiện sau đây (được quy định tại điều 84 Bộ luật Dân sự năm 2005):

- Được thành lập hợp pháp;
- Có cơ cấu tổ chức chặt chẽ;
- Có tài sản độc lập với cá nhân, tổ chức khác và tự chịu trách nhiệm bằng tài sản đó;
- Nhân danh mình tham gia các quan hệ pháp luật một cách độc lập (doanh nghiệp công ích)

2.1.2. Các loại hình doanh nghiệp

Ở Việt Nam nền kinh tế đang được phát triển theo hướng đa dạng hình thức sở hữu và doanh nghiệp cũng bao gồm các loại hình: Doanh nghiệp Nhà nước, công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn, công ty hợp danh, công ty liên doanh, doanh nghiệp tư nhân. Các loại hình doanh nghiệp trên phân biệt với nhau ở hình thức sở hữu và phạm vi trách nhiệm, chẳng hạn như: Với doanh nghiệp nhà nước vốn do nhà nước nắm giữ 100%, còn các loại hình còn lại vốn có thể là do nhiều cá nhân góp lại.

2.1.2.1. Doanh nghiệp tư nhân

+ *Khái niệm:*

Là DN do 1 cá nhân làm chủ và tự chịu trách nhiệm bằng toàn bộ tài sản của mình về mọi hoạt động của doanh nghiệp.

+ *Đặc điểm của doanh nghiệp tư nhân:*

- Thành viên tư nhân do 1 cá nhân làm chủ đầu tư vốn thành lập và làm chủ
- Doanh nghiệp tư nhân không có tư cách pháp nhân bởi vì tài sản của doanh nghiệp không tách bạch với tài sản của doanh nghiệp.

- Trách nhiệm: Doanh nghiệp tư nhân chịu trách nhiệm vô hạn về các khoản nợ và các nghĩa vụ khác của doanh nghiệp.

2.1.2.2. Doanh nghiệp nhà nước

+ *Khái niệm*: Là tổ chức kinh tế do nhà nước sở hữu toàn bộ vốn điều lệ hoặc có cổ phần, vốn góp chi phối, được tổ chức dưới hình thức công ty nhà nước, công ty cổ phần, công ty TNHH.

+ *Đặc điểm của doanh nghiệp nhà nước*:

- *Chủ đầu tư*: là Nhà nước hoặc Nhà nước cùng với các tổ chức, cá nhân khác.

- *Sở hữu vốn*: Nhà nước sở hữu toàn bộ vốn điều lệ (100%) hoặc sở hữu phần vốn góp chi phối (trên 50% nhưng dưới 100% vốn điều lệ).

- *Hình thức tồn tại*: doanh nghiệp nhà nước có nhiều hình thức tồn tại. Nếu doanh nghiệp nhà nước do nhà nước sở hữu 100% vốn điều lệ thì có các loại hình doanh nghiệp như: công ty nhà nước, công ty cổ phần nhà nước, công ty trách nhiệm hữu hạn nhà nước một thành viên, công ty trách nhiệm hữu hạn nhà nước. Nếu doanh nghiệp do nhà nước sở hữu trên 50% vốn điều lệ thì có thể tồn tại dưới các loại hình doanh nghiệp sau: công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn

- *Trách nhiệm tài sản*: doanh nghiệp nhà nước chịu trách nhiệm trong phạm vi tài sản của doanh nghiệp. Nhà nước chịu trách nhiệm hữu hạn trong phạm vi tài sản góp vốn vào doanh nghiệp.

- *Tư cách pháp lý*: doanh nghiệp nhà nước có tư cách pháp nhân.

- *Luật áp dụng*: các công ty nhà nước đã thực hiện chuyển đổi thành công ty cổ phần, công ty trách nhiệm hữu hạn sẽ tổ chức và hoạt động theo luật doanh nghiệp. Các loại doanh nghiệp nhà nước khác tổ chức và hoạt động theo luật doanh nghiệp.

2.1.2.3. Công ty cổ phần

+ *Khái niệm*:

Công ty cổ phần là hình thức phát triển cao nhất của doanh nghiệp trong đó các thành viên cùng góp vốn, cùng chia nhau lợi nhuận, cùng chịu lỗ tương ứng với phần vốn góp và chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ của công ty trong phạm vi phần vốn của mình góp vào công ty.

+ *Đặc điểm của công ty cổ phần*:

- Vốn điều lệ được chia thành nhiều phần bằng nhau được gọi là cổ phần.

- Cổ đông chỉ chịu trách nhiệm về nợ và các nghĩa vụ tài sản khác của công ty trong phạm vi số vốn đã góp vào công ty.

- Cổ đông có quyền tự do chuyển nhượng cổ phần của mình cho người khác.

- Có quyền phát hành chứng khoán ra công chúng theo quy định của pháp luật về chứng khoán.

- Số thành viên của công ty cổ phần tối thiểu là 3 và không giới hạn tối đa.

2.1.2.4. Công ty trách nhiệm hữu hạn

** Công ty TNHH 2 thành viên trở lên*

+ *Khái niệm:*

Là doanh nghiệp trong đó các thành viên cùng góp vốn, cùng nhau chia lợi nhuận, cùng chịu lỗ tương ứng với phần vốn góp và chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ của công ty trong phạm vi phần vốn góp của mình góp vào công ty.

+ *Đặc điểm:*

- **Về thành viên:** Công ty phải có ít nhất hai thành viên và có tối đa không quá 50 thành viên. Thành viên công ty có thể là cá nhân hoặc tổ chức. Trong thực tế, các thành viên công ty TNHH thường có mối liên hệ mật thiết với nhau về nhân thân.

- **Về cấu trúc vốn:** Sự khác biệt cơ bản giữa công ty TNHH hai thành viên trở lên và công ty cổ phần thể hiện ở đặc điểm về cấu trúc vốn. Công ty TNHH hai thành viên trở lên có cấu trúc vốn “đóng”. Vốn điều lệ của công ty không nhất thiết phải chia thành những phần có giá trị bằng nhau và không được thể hiện dưới hình thức cổ phần. Việc chuyển nhượng vốn của thành viên cho người không phải là thành viên công ty bị hạn chế bởi quyền ưu tiên nhận chuyển nhượng của các thành viên còn lại trong Công ty (Điều 52, 53, 54 – Luật Doanh nghiệp số 68/2014/QH13). Đặc điểm này của công ty TNHH cho phép các thành viên có thể ngăn chặn sự thâm nhập của người bên ngoài công ty bằng cách cùng nhau mua hết phần vốn của thành viên muốn chuyển nhượng vốn.

- **Về huy động vốn:** Công ty TNHH hai thành viên trở lên không được quyền phát hành cổ phần

- **Về chế độ chịu trách nhiệm:** Các thành viên của Công ty chịu trách nhiệm về các khoản nợ và các nghĩa vụ tài sản khác của công ty trong phạm vi số vốn đã cam kết góp vào công ty (TNHH). Công ty chịu trách nhiệm về các khoản nợ của công ty trong phạm vi tài sản của công ty.

- **Về tư cách pháp lý:** Công ty TNHH hai thành viên trở lên có tư cách pháp nhân. Công ty có tư cách pháp nhân kể từ thời điểm được cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh.

** Công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên*

+ *Khái niệm:*

Là doanh nghiệp do 1 tổ chức hoặc 1 cá nhân làm chủ sở hữu. Chủ sở hữu công ty chịu trách nhiệm về các khoản nợ và nghĩa vụ tài sản khác của công ty trong phạm vi số vốn điều lệ của công ty.

+ *Đặc điểm:*

- **Về thành viên:** Công ty chỉ có một thành viên duy nhất làm chủ sở hữu. Chủ sở hữu của công ty trách nhiệm hữu hạn một thành viên có thể là tổ chức hoặc cá nhân.

- **Về vốn điều lệ:** Vốn điều lệ của công ty thuộc do chủ sở hữu duy nhất của công ty đầu tư. Trong công ty không có sự liên kết góp vốn của nhiều thành viên như những loại hình công ty khác.

- **Về chế độ chịu trách nhiệm:** Chủ sở hữu của công ty TNHH một thành viên chỉ chịu trách nhiệm về các khoản nợ và các nghĩa vụ tài sản khác của công ty trong phạm vi số vốn điều lệ của công ty.

- **Về chuyển nhượng vốn:** Chủ sở hữu công ty có quyền chuyển nhượng một phần hoặc toàn bộ vốn điều lệ của công ty cho tổ chức, cá nhân khác. Sau khi chuyển nhượng vốn, công ty có thể chuyển đổi thành công ty TNHH 2 thành viên trở lên hoặc DN tư nhân.

- **Về phát hành chứng khoán:** Công ty TNHH 1 thành viên không được phát hành cổ phần.

- **Về tư cách pháp lý:** Công ty TNHH 1 thành viên có tư cách pháp nhân kể từ ngày được cấp giấy chứng nhận đăng ký kinh doanh.

2.1.2.5. Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài

+ *Khái niệm:*

Là doanh nghiệp được hình thành dưới 2 hình thức:

- Liên doanh giữa một bên là đối tác nước ngoài và một bên là đối tác trong nước.

- Đối tác nước ngoài bỏ vốn 100%

+ *Đặc điểm*

- Là hình thức đầu tư mang tính ổn định, tính vững bền và tính tổ chức.

- Được thành lập dưới hình thức công ty TNHH. Điều đó có nghĩa là các nhà đầu tư nước ngoài chỉ chịu trách nhiệm trong phạm vi phần vốn đầu tư vào doanh nghiệp đối với các khoản nợ của doanh nghiệp.

- Các nhà đầu tư vốn nước ngoài có quyền sở hữu 1 phần hay toàn bộ tài sản của doanh nghiệp.

- Doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài chịu sự điều chỉnh của luật đầu tư nước ngoài tại Việt Nam.

=> Hình thức doanh nghiệp phổ biến nhất hiện nay và cũng là xu hướng đó là công ty cổ phần. Bởi vì loại hình này có những ưu điểm như: Công ty do nhiều cổ đông góp vốn như vậy việc huy động vốn sẽ dễ dàng hơn, đồng thời các cổ đông có quyền và nghĩa vụ đối với công ty. Phần lợi tức mà họ nhận được phụ thuộc hoàn toàn vào kết quả kinh doanh. Thêm vào đó hình thức này cũng là cơ sở tiền đề quan trọng giúp cho thị trường chứng khoán Việt Nam phát

triển. Do vậy với công ty cổ phần đã huy động được tính công bằng và thúc đẩy toàn bộ nền kinh tế phát triển.

2.1.3. Một số cơ sở kinh doanh ăn uống, lưu trú chủ yếu hiện nay

2.1.3.1. Nhà hàng

** Khái niệm:*

Nhà hàng là nơi kinh doanh các món ăn và đồ uống có mức chất lượng và là cơ sở kinh doanh có mức vốn pháp định theo quy định của từng loại hình doanh nghiệp. (Thông tư liên bộ số 27/LĐ- TCDL ngày 10/01/1996- Tổng cục Du lịch và Thương mại)

Nhà hàng là tổ chức kinh tế có tên riêng, có tài sản, có trụ sở giao dịch ổn định, được đăng ký kinh doanh theo quy định của pháp luật thực hiện hoạt động kinh doanh dịch vụ ăn uống và các dịch vụ bổ sung khác nhằm mục đích sinh lợi.

→ Kinh doanh nhà hàng gồm các hoạt động chủ yếu là chế biến, bán và tổ chức tiêu dùng tại chỗ các sản phẩm ăn uống. Ngoài ra có thể cung ứng các dịch vụ bổ sung hoặc phục vụ nhu cầu ăn uống lưu động.

** Đặc điểm kinh doanh nhà hàng:*

+ *Đặc điểm về sản phẩm:* gồm 2 nhóm

- Nhóm 1: các món ăn, đồ uống do nhà hàng chế biến

- Nhóm 2: các hàng hóa như rượu bia, nước giải khát, bánh kẹo...nhà hàng mua về để phục vụ khách.

+ *Đặc điểm về khách hàng:* KH rất đa dạng gồm khách địa phương, khách vãng lai, khách du lịch...

+ *Đặc điểm về lao động:* Hoạt động chế biến sản phẩm và phục vụ trong nhà hàng đòi hỏi phải có nhân viên phục vụ trực tiếp, có sức khỏe tốt, có trình độ chuyên môn phù hợp.

+ *Đặc điểm về cơ sở vật chất kỹ thuật:* Rất đa dạng, từ bình dân đến cao cấp.

2.1.3.2. Kinh doanh lưu trú: Nhà trọ và nhà nghỉ

** Nhà nghỉ kinh doanh du lịch*

+ *Khái niệm:*

Theo thông tư 01/2001/TT-TCDL, nhà nghỉ kinh doanh du lịch là công trình kiến trúc được xây dựng độc lập, có quy mô từ 9 buồng ngủ trở xuống, đảm bảo chất lượng về cơ sở vật chất, trang thiết bị cần thiết phục vụ khách du lịch.

Theo Tiêu chuẩn nhà nghỉ kinh doanh du lịch Việt Nam TCVN 7799:2009, nhà nghỉ kinh doanh du lịch là cơ sở lưu trú có trang thiết bị,

tiện nghi cần thiết phục vụ khách du lịch như khách sạn nhưng không đủ tiêu chuẩn xếp hạng khách sạn

+ *Đối tượng khách*

Đối với loại hình lưu trú này thì có mức chi phí thấp, vì vậy khách hàng chủ yếu của nhà nghỉ kinh doanh du lịch là khách có khả năng thanh toán trung bình và thấp.

+ *Đặc điểm*

- Vị trí: Nằm phân bố rộng khắp, từ trung tâm thành phố cho đến ngoại ô, nơi gần các nguồn tài nguyên.

- Đặc điểm về kiến trúc: Tuy không đủ tiêu chuẩn để xếp hạng như khách sạn nhưng nhà nghỉ cũng là các công trình được xây dựng vững chắc, thường phát triển theo hướng cao tầng.

Không yêu cầu quy mô như khách sạn nhưng nhà nghỉ vẫn phải đầy đủ hai phần: sảnh đón tiếp và khu vực phục vụ nghỉ ngơi cho khách. Sảnh đón tiếp được bố trí ở khu vực mặt tiền, nằm ở tầng trệt ngay gần lối ra vào. Còn khu vực thứ hai thường đặt ở sau hoặc các tầng trên cao nhằm đảm bảo giấc ngủ yên tĩnh cho khách.

Trang thiết bị tiện nghi đáp ứng nhu cầu khách du lịch. Chẳng hạn như sảnh đón tiếp phải có:

Quầy lễ tân.

Điện thoại.

Sổ theo dõi khách và các khoản thu.

Bàn ghế tiếp khách.

Niêm yết dịch vụ và giá dịch vụ.

Két an toàn.

Tủ thuốc với một số thuốc sơ cứu còn hạn sử dụng.

(Theo tiêu chuẩn nhà nghỉ kinh doanh du lịch Việt Nam TCVN 7799:2009)

- Hệ sản phẩm: Với mức giá thấp, quy mô nhỏ thì sản phẩm của loại hình này khá đơn giản. Sản phẩm chính là dịch vụ buồng phòng. Ngoài ra, một số nhà nghỉ lớn còn có thêm phục vụ ăn sáng, bán các món ăn, đồ uống đơn giản. Và các dịch vụ bổ sung khác như: Điện thoại, fax, Đánh thức khách, Giặt là, Giữ tiền và đồ vật quý,..

+ Mức chất lượng phục vụ: Thái độ phục vụ ở mức khá. Do tính chất của nhà nghỉ nên sự chuyên nghiệp của nhân viên không cao, ít được chú ý đến.

+ Giá: Với các đặc điểm phân tích trên chúng ta có thể thấy mức giá chung cho loại hình lưu trú này là trung bình và thấp. Các mức giá sẽ khác nhau tùy theo từng loại nhà nghỉ.

** Nhà ở có phòng cho KDL thuê*

Đây là loại hình cơ sở lưu trú rất phổ biến và được khách du lịch ưa chuộng vì giá cả rẻ, không khí ấm cúng, khách cảm thấy tự do thoải mái như ở nhà. Loại hình này ngày càng phổ biến ở tất cả các nước trên thế giới.

Tiêu chuẩn về phòng và trang bị cũng giống như khách sạn. Khách có thể tự nấu ăn hoặc thuê chủ nhà. Một số nước đã tiến hành phân loại, xếp hạng đối với các cơ sở lưu trú loại này.

** Nhà trọ*

- + Thời gian thuê lâu
- + Cơ sở vật chất bình thường, thiết bị tiện nghi không có.
- + Đối tượng thuê là người xa nhà, học sinh, sinh viên.

** Nhà nghỉ*

- + Thời gian thuê ngắn (1 - 2 ngày).
- + Đối tượng: Khách vắng lai, nhờ tàu xe.
- + Phân bố: gần ga tàu, bến xe, gần quốc lộ, khu du lịch.

2.1.3.3. Khách sạn

** Khái niệm:*

Khách sạn là cơ sở lưu trú du lịch chủ yếu, đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng và tiện nghi cần thiết phục vụ khách du lịch lưu trú, đáp ứng một số yêu cầu của khách về: nghỉ ngơi, ăn uống, vui chơi giải trí và các dịch vụ khác.

** Đặc điểm kinh doanh khách sạn:*

- + Đặc điểm về sản phẩm: gồm 3 nhóm:
 - Hoạt động kinh doanh lưu trú
 - Hoạt động kinh doanh ăn uống
 - Hoạt động kinh doanh các dịch vụ bổ sung
- + Đặc điểm về khách hàng: Khách hàng chủ yếu là quan chức chính trị, thương nhân, khách du lịch
- + Đặc điểm về lao động: Đòi hỏi dung lượng lao động lớn, có tính chuyên môn hóa khá cao, chủ yếu là lao động trực tiếp (tay nghề lao động phải qua trường lớp, có kinh nghiệm)
- + Đặc điểm về cơ sở vật chất kỹ thuật: Do sản phẩm dịch vụ khách sạn có chất lượng cao nên đòi hỏi cơ sở vật chất kỹ thuật hiện đại đạt những tiêu chuẩn nhất định → vốn đầu tư lớn.
- + Đặc điểm phân bố: Phân bố ở trung tâm thành phố, khu du lịch.

2.1.4. Chức năng của doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn

2.1.4.1. Chức năng sản xuất hàng hóa

* *Khái niệm*: Sản xuất hàng hóa là sản xuất ra các sản phẩm để trao đổi, bán chứ không phải để người sản xuất tiêu dùng.

Doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng – khách sạn tiến hành tổ sản xuất các hàng hóa và dịch vụ nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng trong quá trình di chuyển và lưu trú tạm thời ngoài nơi ở thường xuyên của họ.

* *Để thực hiện chức năng sản xuất hàng hóa, doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng - khách sạn phải giải quyết 3 vấn đề sau:*

+ Sản xuất cái gì: hàng hóa mà các cơ sở kinh doanh nhà hàng - khách sạn sản xuất ra bao gồm 2 loại:

- Sản phẩm hàng ăn uống: Là hàng hóa vật chất nhằm thỏa mãn nhu cầu ăn uống của khách.

- Sản phẩm dịch vụ: Do các hoạt động dịch vụ tạo ra, đây là loại hàng hóa phi vật chất nhằm thỏa mãn các nhu cầu khác ngoài ăn uống như: vui chơi, giải trí...cho khách hàng.

+ Sản xuất như thế nào: Các cơ sở kinh doanh nhà hàng – 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 thỏa mãn tối đa nhu cầu của người tiêu dùng.

+ Sản xuất cho ai: Các doanh nghiệp ăn uống – khách sạn phải phân phối lợi ích để đảm bảo hài hòa giữa lợi ích của Nhà nước, của doanh nghiệp và của người lao động. Như vậy mới có thể tái mở rộng sản xuất.

2.1.4.2. Chức năng lưu thông hàng hóa

Lưu thông hàng hóa là quá trình vận động của hàng hóa từ sản xuất đến tiêu dùng thông qua trao đổi, mua bán.

Lưu thông hàng hóa bao gồm 2 yếu tố:

- Lưu chuyển: Là tổng hợp các hành vi nhằm thực hiện giá trị hàng hóa.

- Vận chuyển: Là di chuyển hàng hóa trong không gian.

Nếu thiếu 1 trong 2 yếu tố trên thì không phải là lưu thông hàng hóa.

Doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng - khách sạn thực hiện chức năng sản xuất một số các hàng hóa và dịch vụ phục vụ khách hàng, nhưng khác với các ngành sản xuất vật chất, sau khi sản xuất ra sản phẩm doanh nghiệp lại tự tổ chức quá trình lưu thông các sản phẩm của mình. Hay nói một cách khác, doanh nghiệp tự tiêu thụ các sản phẩm do mình làm ra. Đó là quá trình thay đổi hình thái giá trị của hàng hóa và dịch vụ, từ hàng hóa và dịch vụ sang tiền. Ngoài ra, doanh nghiệp còn tổ chức quá trình đưa sản phẩm hàng hóa từ nơi sản xuất đến tay người tiêu dùng thông qua quá trình mua các hàng hóa của các doanh nghiệp ngoài ngành nhà hàng – khách sạn vào phục vụ khách hàng trong các khách sạn nhà hàng hoặc điểm du lịch.

Lưu thông hàng hóa trong doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn liên quan đến cả khâu mua hàng và khâu bán hàng, tuy nhiên với nguyên tắc “lấy bán định

mua” cho nên các doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn quan tâm đến quá trình bán hàng nhiều hơn.

2.1.4.3. Chức năng tổ chức phục vụ tiêu dùng

Đây là chức năng khác biệt so với 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 ngành nhà hàng - 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, thỏa 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.

2.1.5. Các công cụ quản lý doanh nghiệp

2.1.5.1. Hạch toán kinh doanh

** Khái niệm:*

Hạch toán kinh doanh là một phạm trù kinh tế thể hiện phương pháp quản lý và cách tính toán kết quả kinh doanh của doanh nghiệp.

** Nguyên tắc hạch toán kinh doanh*

+ Phải đảm bảo quyền tự chủ trong kinh doanh của các doanh nghiệp, giúp các doanh nghiệp huy động được mọi tiềm lực về vốn, lao động và các tài nguyên để đưa vào hoạt động kinh doanh.

+ Các cơ sở kinh doanh phải bù đắp chi phí tức là lấy thu bù chi, đảm bảo có lãi.

+ Hạch toán kinh doanh đảm bảo khuyến khích bằng vật chất cho người lao động vì lợi ích vật chất là động lực cho sự phát triển sản xuất.

+ Phải thống nhất lợi ích về vật chất mới có sự thống nhất về mục đích hành động, quyền lợi phải đi đôi với trách nhiệm, đảm bảo thưởng phạt nghiêm minh.

+ Hạch toán kinh doanh phải đảm bảo sự giám đốc bằng đồng tiền các hoạt động kinh tế, tức là phải dùng đồng tiền làm thước đo tính toán.

** Các mô hình hạch toán kinh doanh*

+ *Hạch toán kinh doanh theo chi phí*

- Đầu tiên cần xây dựng định mức cho từng công việc trong 1 thời gian nhất định.

- Giao định mức này cho người thực hiện.

- Đánh giá việc thực hiện định mức.

- Đây là hình thức kinh doanh dựa trên cơ sở định mức chi phí cho người thực hiện khối lượng công việc hay 1 đơn vị doanh số rồi tiến hành khoán chi

phí trên cơ sở định mức chi phí. Người nhận khoán sẽ thực hiện, nếu vượt quá định mức chi phí sẽ bị phạt, nếu tiết kiệm chi phí thấp hơn định mức sẽ được thưởng.

- Ưu điểm:

. Người lao động sẽ cố gắng tiết kiệm chi phí

. Chủ động các khoản chi phí

- Nhược điểm:

. Quan tâm tới chi phí mà bỏ qua chất lượng sản phẩm, dịch vụ

. Bỏ đi cơ hội kinh doanh tốt hơn khi bị gò bó vào định mức.

+ *Hạch toán kinh doanh theo thu nhập*

- Đây là hạch toán kinh doanh căn cứ vào thu nhập tập thể, cá nhân người lao động để phân bổ hình thành nên thu nhập, doanh nghiệp khoán cho tập thể, cá nhân người lao động. Nếu vượt định mức người lao động được hưởng, nếu không đạt định mức phải bù.

- Ưu điểm: Người lao động cố gắng tìm phương án kinh doanh và tiết kiệm chi phí để tạo ra lợi nhuận cao.

- Nhược điểm: Do chạy theo thu nhập, lợi ích trước mắt mà bỏ qua lợi ích lâu dài.

2.1.5.2. Kế hoạch hóa

* *Khái niệm:*

Kế hoạch hóa là quá trình hoạt động có ý thức của một tổ chức hay các nhân thuộc cộng đồng nhằm xác định các chương trình mục tiêu cho tương lai và biện pháp tổ chức thực hiện các mục tiêu đã định ra.

* *Các nguyên tắc xây dựng kế hoạch*

+ Nguyên tắc tập trung dân chủ: Mọi thành viên đều có quyền bình đẳng tham gia đóng góp ý kiến và kế hoạch phải được đại đa số thành viên thống nhất.

+ Nguyên tắc phải đảm bảo tính cân đối trong kế hoạch với các mối quan hệ hàng hóa và tiền tệ đảm bảo cân đối 1 cách toàn diện, đảm bảo tính khoa học trong kế hoạch. Nguyên tắc này đảm bảo sử dụng triệt để khả năng ứng dụng khoa học kỹ thuật hiện đại vào việc xây dựng và thực hiện kế hoạch.

+ Nguyên tắc đảm bảo tính pháp lệnh của kế hoạch: Thông qua các định mức bắt buộc được cụ thể hóa thành các chỉ tiêu kế hoạch.

* *Căn cứ xây dựng kế hoạch*

+ Căn cứ vào nhu cầu thị trường: Số lượng khách dự kiến, khả năng thanh toán, sở thích, thị yếu của khách, cơ cấu sản phẩm.

+ Căn cứ vào khả năng của doanh nghiệp: Khả năng về vốn, cơ sở vật chất, lao động...

+ Căn cứ vào khả năng cung ứng: nguyên liệu, hàng hóa, dịch vụ...

+ Căn cứ vào các chỉ tiêu Nhà nước giao.

+ Căn cứ vào kết quả phân tích tình hình thực hiện kế hoạch của kỳ báo cáo và những kỳ trước đó.

* *Phương pháp xây dựng kế hoạch*

+ Phương pháp thống kê kinh nghiệm

Dựa trên số liệu thống kê chỉ tiêu của những kỳ trước đó để ước lượng cho kỳ kế hoạch trên cơ sở đã lượng hóa được những khó khăn và thuận lợi của kỳ kế hoạch.

+ Phương pháp kinh tế kỹ thuật

Đây là phương pháp khoa học. Kế hoạch được xây dựng dựa trên định mức kỹ thuật, nhu cầu thị trường và khả năng của doanh nghiệp thực hiện nhu cầu đó.

* *Một số chỉ tiêu kế hoạch*

+ Doanh thu:

$$D_{KH} = \bar{W}_{KH} \times \bar{T}_{KH}$$

+ Tổng giá trị nguyên liệu hàng hóa

$$G_{KH} = D_{KH} \times (1 - \% \text{ tỷ lệ lãi gộp})$$

- Tỷ lệ lãi gộp: Là tỷ lệ % so sánh giữa lãi gộp với giá bán sản phẩm.

- Lãi gộp: Là khoản chênh lệch giữa giá bán sản phẩm và vốn sản phẩm. Phần chênh lệch này 1 phần để bù đắp chi phí vật chất chưa tính vào vốn, 1 phần để trả lương và 1 phần lợi nhuận.

* *Vi dụ:* Trong năm N nhà hàng “X” kinh doanh 2 mặt hàng: mua sẵn và tự chế. Dự kiến kế hoạch doanh thu là 9.800 triệu đồng, tỷ trọng hàng tự chế là 70%; tỷ lệ lãi gộp hàng tự chế 30%; tỷ lệ lãi gộp hàng mua sẵn 20%. Hãy xác định doanh thu và giá trị nguyên liệu hàng hóa cho năm kế hoạch.

Bài làm:

Doanh thu hàng tự chế:

$$D_{TC} = 9800 * 70\% = 6860 \text{ (triệu đồng)}$$

Doanh thu hàng chuyển bán

$$D_{CB} = 9800 - 6860 = 2940 \text{ (triệu đồng)}$$

Giá trị nguyên liệu hàng tự chế:

$$G_{TC} = 6860 * (100 - 30)\% = 4802 \text{ (triệu đồng)}$$

Giá trị nguyên liệu hàng chuyên bán:

$$G_{CB} = 2940 \cdot (100 - 20)\% = 2352 \text{ (triệu đồng)}$$

Tổng giá trị nguyên liệu hàng hóa năm kế hoạch:

$$G_{KH} = 4802 + 2352 = 7154 \text{ (triệu đồng)}$$

2.2. Nhu cầu tiêu dùng và nhu cầu có khả năng thanh toán

2.2.1. Nhu cầu tiêu dùng

2.2.1.1. Khái niệm

+ Nhu cầu: Là cảm giác thiếu hụt một cái gì đó mà con người cảm nhận được.

+ Nhu cầu tiêu dùng: Là những đòi hỏi của con người hình thành trong quá trình sống, lao động và thực hiện các mối quan hệ xã hội.

2.2.1.2. Đặc tính của nhu cầu tiêu dùng

+ Nhu cầu của con người rất đa dạng, phong phú, luôn biến động và khó nắm bắt.

+ Được hình thành và phát triển theo những quy luật nhất định. Nhu cầu con người không ngừng tăng lên, nó sẽ bị giới hạn bởi khả năng của nền sản xuất và sự khan hiếm về nguồn lực.

2.2.2. Nhu cầu có khả năng thanh toán

Có nhiều cách thức để thỏa mãn nhu cầu tiêu dùng: Đi xin, đi mua, tự sản xuất chế biến... Trong nền kinh tế thị trường, nhu cầu tiêu dùng được thỏa mãn chủ yếu thông qua mua bán hàng hóa dịch vụ trên thị trường.

Nhu cầu có khả năng thanh toán là 1 bộ phận của nhu cầu tiêu dùng được thỏa mãn thông qua mua bán hàng hóa trên thị trường (hay là hình thức tiền tệ thể hiện nhu cầu tiêu dùng trên thị trường). Nếu không có gì trở ngại đối với hành vi mua, như chưa có sẵn để bán, bán không đúng lúc, đúng chỗ thì nhu cầu có khả năng thanh toán sẽ chuyển thành quyết định mua. Nhu cầu có khả năng thanh toán còn được các nhà kinh tế gọi là *cầu của thị trường* (Demand).

Có thể nói, nếu doanh nghiệp *chăm sóc khách hàng tốt* thì sẽ loại bỏ nhiều trở ngại, rào cản đối với hành vi mua và giúp khách hàng chuyển từ nhu cầu có khả năng thanh toán thành quyết định mua.

Nhu cầu có khả năng thanh toán là nhu cầu mà doanh nghiệp cần quan tâm trước hết, vì đây chính là cơ hội kinh doanh cần phải nắm bắt và đáp ứng kịp thời. Cơ hội kinh doanh không dành cho riêng ai. Trong điều kiện thị trường ngày càng được tự do hoá, thì nhu cầu có khả năng thanh toán chưa được thỏa mãn sẽ kích thích các đối thủ cạnh tranh tham gia thị trường.

Có thể nói, trên thị trường Việt Nam hiện nay còn rất nhiều nhu cầu có khả năng thanh toán nhưng chưa được thỏa mãn. Đây chính là cơ hội lớn cho các nhà kinh doanh.

Đối với thị trường Việt Nam thì khả năng thanh toán là vấn đề rất quan trọng. Do vậy, sản phẩm phải vừa túi tiền của người tiêu dùng.

Ví dụ: Mặc dầu nhiều loại hàng hoá Trung Quốc chất lượng chưa cao, nhưng vẫn được khách hàng Việt Nam mua dùng. Lý do cơ bản là giá cả các hàng hoá đó vừa với túi tiền của đông đảo khách hàng Việt Nam, đặc biệt là ở nông thôn.

Ví dụ: Rất nhiều người mong muốn có được một chiếc xe Mercedes, nhưng chỉ có một số ít người có khả năng và sẵn sàng mua chiếc xe đó.

2.2.3. *Mối quan hệ giữa nhu cầu tiêu dùng và nhu cầu có khả năng thanh toán*

Giữa nhu cầu tiêu dùng và nhu cầu có khả năng thanh toán có mối liên hệ chặt chẽ với nhau. Nhu cầu tiêu dùng bao gồm:

- + Nhu cầu có khả năng thanh toán
- + Nhu cầu không có khả năng thanh toán

Như vậy, nhu cầu có khả năng thanh toán là 1 bộ phận của nhu cầu tiêu dùng. Nhu cầu tiêu dùng quyết định quy mô và cơ cấu của nhu cầu có khả năng thanh toán. Đồng thời nhu cầu có khả năng thanh toán của mỗi người còn phụ thuộc khả năng thanh toán của họ.

2.2.4. *Phân loại nhu cầu*

2.2.4.1. Phân loại theo cấp độ nhu cầu

Theo nhà tâm lý học Maslow, nhu cầu con người chia thành 5 nhóm theo sơ đồ hình tháp:



Theo Abraham Maslow, nhu cầu của con người phù hợp với sự phân cấp từ nhu cầu thấp nhất đến nhu cầu cao nhất. Khi một nhóm các nhu cầu được thỏa mãn thì loại nhu cầu này không còn là động cơ thúc đẩy nữa.

* *Nhu cầu sinh học* (vật chất): Là những nhu cầu cơ bản để có thể duy trì bản thân cuộc sống con người (thức ăn, đồ mặc, nước uống, nhà ở...). A.Maslow quan niệm rằng khi nhu cầu này chưa được thỏa mãn tới mức độ cần thiết để có thể duy trì cuộc sống thì nhu cầu khác sẽ không thúc đẩy được mọi người.

* *Nhu cầu về an toàn*: Là những nhu cầu tránh sự nguy hiểm về thân thể và sự đe dọa mất việc, mất tài sản...

* *Nhu cầu xã hội* (về liên kết và chấp nhận): Do con người là thành viên của xã hội nên họ cần được những người khác chấp nhận. Con người luôn có nhu cầu yêu thương gắn bó. Cấp độ nhu cầu này cho thấy con người có nhu cầu giao tiếp để phát triển

* *Nhu cầu được tôn trọng*: Theo A.Maslow, khi con người bắt đầu thỏa mãn nhu cầu được chấp nhận là thành viên trong xã hội thì họ có xu thế tự trọng và muốn được người khác tôn trọng. Nhu cầu loại này dẫn tới sự thỏa mãn như: quyền lực, uy tín, địa vị và lòng tự tin. Đây là mong muốn của con người nhận được sự chú ý, quan tâm và tôn trọng từ những người xung quanh và mong muốn bản thân là một “mắt xích” không thể thiếu trong hệ thống phân công lao động xã hội. Việc họ được tôn trọng cho thấy bản thân từng cá nhân đều mong muốn trở thành người hữu dụng theo một điều giản đơn là “xã hội chuộng của chuộng công”. Vì thế, con người thường có mong muốn có địa vị cao để được nhiều người tôn vọng và kính nể.

* *Nhu cầu tự hoàn thiện*: A.Maslow xem đây là nhu cầu cao nhất trong cách phân cấp của ông. Đó là sự mong muốn để đạt tới chỗ mà một con người có thể đạt tới. Tức là làm cho tiềm năng của một người đạt tới mức tối đa và hoàn thành được một mục tiêu nào đó. Đây là khát vọng và nỗ lực để đạt được mong muốn. Con người tự nhận thấy bản thân cần thực hiện một công việc nào đó theo sở thích và chỉ khi công việc đó được thực hiện thì họ mới cảm thấy hài lòng. Thuyết nhu cầu sắp xếp nhu cầu con người từ thấp lên cao. Những nhu cầu ở cấp cao hơn sẽ được thỏa mãn khi nhu cầu cấp thấp hơn được đáp ứng.

Như vậy theo lý thuyết này, thì trước tiên các nhà lãnh đạo phải quan tâm đến các nhu cầu vật chất, trên cơ sở đó mà nâng dần lên các nhu cầu bậc cao.

Nhu cầu về sinh lý là quan trọng nhất, nếu người phục vụ biết tâm lý của khách hàng sẽ làm thỏa mãn nhu cầu của họ và tăng doanh số bán ra cho doanh nghiệp.

Trong quá trình kinh doanh, các cơ sở kinh doanh ăn uống, khách sạn cần phải phân biệt đâu là nhu cầu có khả năng thanh toán và đâu là nhu cầu không

có khả năng thanh toán, nhu cầu nào cần phải được thỏa mãn trước, nhu cầu nào được thỏa mãn sau từ đó sẽ phục vụ tốt hơn nhu cầu khách hàng.

2.2.4.2. Phân loại theo sự cần thiết đối với con người

* *Nhóm nhu cầu thiết yếu*: Đây là nhóm nhu cầu không thể thiếu cho sự tồn tại và phát triển của con người như ăn, uống...

* *Nhóm nhu cầu cần thiết*: Học tập, làm việc, khám chữa bệnh,...

* *Nhóm yêu cầu cao*: Thường những nhu cầu này được hình thành và được thỏa mãn chủ yếu ở những người có thu nhập cao. Hàng hóa, dịch vụ thỏa mãn nhu cầu này thông thường có giá trị cao, quý hiếm, chất lượng tốt,...

Như vậy, ngành nhà hàng – khách sạn có vai trò to lớn vì các sản phẩm mà ngành kinh doanh đều thỏa mãn những nhu cầu không thể thiếu của con người. Để đáp ứng tốt nhất nhu cầu thiết yếu của mọi thành viên trong xã hội đòi hỏi các doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn phải nghiên cứu, tìm hiểu nhu cầu có khả năng thanh toán.

2.2.5. Những nhân tố ảnh hưởng đến nhu cầu có khả năng thanh toán

2.2.5.1. Điều kiện tự nhiên

+ *Địa hình*:

- Những địa phương, khu vực có địa hình khác nhau thì có nhu cầu có khả năng thanh toán khác nhau.

- Những địa phương có địa hình phức tạp, việc đi lại, vận chuyển hàng hóa khó khăn sẽ làm cho nhu cầu có khả năng thanh toán giảm do lượng hàng hóa cung ứng không kịp thời, giá cả tăng do chi phí tăng.

+ *Thời tiết, khí hậu*:

Đây là nhân tố ảnh hưởng khá rõ nét tới nhu cầu có khả năng thanh toán vì bản thân con người luôn tiếp xúc trực tiếp với môi trường và chịu tác động của môi trường khi có sự thay đổi về thời tiết, khí hậu. Để duy trì sự sống bình thường con người có nhu cầu khác nhau về sinh lý: Ăn, uống, mặc... ở những nơi có điều kiện thời tiết khác nhau.

2.2.5.2. Sự tăng trưởng kinh tế

+ Nếu nền kinh tế phát triển sẽ dẫn tới thu nhập của dân cư tăng và nhu cầu có khả năng thanh toán tăng lên và ngược lại.

+ Nền kinh tế phát triển tạo ra lượng hàng hóa dồi dào, phong phú sẽ kích thích nhu cầu con người, làm cho việc mua sắm nhiều hơn và nhu cầu có khả năng thanh toán tăng lên.

2.2.5.3. Số lượng dân cư

Dân cư ảnh hưởng rất nhiều đến nhu cầu có khả năng thanh toán, khi số lượng dân cư tăng lên thì nhu cầu tiêu dùng cũng tăng lên, nhưng nhu cầu có khả

năng thanh toán lại bị giới hạn bởi sự tăng trưởng của nền kinh tế, chính vì vậy phải hạn chế nhu cầu của nhóm người này để tăng thu nhập của nhóm người kia.

2.2.5.4. Thu nhập và hướng sử dụng thu nhập của dân cư

Thông thường khi thu nhập tăng lên thì dân cư có điều kiện mua sắm, tuy nhiên do hướng sử dụng thu nhập khác nhau và thu nhập của mỗi người dân khác nhau nên nhu cầu có khả năng thanh toán của mỗi người dân, mỗi bộ phận dân cư là khác nhau.

2.2.5.5. Chất lượng giá cả hàng hóa

Nếu giá cả hợp lý, mẫu mã đẹp, chất lượng tốt sẽ kích thích nhu cầu của dân cư từ đó nhu cầu có khả năng thanh toán tăng lên.

2.2.5.6. Sở thích và thị hiếu của người tiêu dùng

Mỗi một người, mỗi nhóm người có sở thích và thị hiếu khác nhau, nếu các cơ sở kinh doanh tìm đủ mọi biện pháp để thỏa mãn nhu cầu người tiêu dùng sẽ làm nhu cầu có khả năng thanh toán tăng lên.

2.2.5.7. Điều kiện chính trị - xã hội

+ Nếu quốc gia có điều kiện chính trị ổn định sẽ là điều kiện để đầu tư, sản xuất kinh doanh, từ đó phát triển kinh tế và nhu cầu có khả năng thanh toán tăng lên. Đồng thời, chính trị ổn định thì người dân sẽ chi tiêu cho tiêu dùng nhiều hơn nên nhu cầu có khả năng thanh toán tăng lên.

+ Mỗi quốc gia đều bao gồm nhiều dân tộc, nhiều tầng lớp, giai cấp...mỗi dân tộc, tầng lớp, giai cấp đều có nhu cầu khả năng thanh toán khác nhau do thu nhập, phong tục tập quán...khác nhau.

2.2.6. Hướng dẫn và điều tiết nhu cầu có khả năng thanh toán

2.2.6.1. Khái niệm

Hướng dẫn và điều tiết nhu cầu có khả năng thanh toán là sự tác động có ý thức của các cơ quan chức năng tới sự phát triển lành mạnh của các nhu cầu.

2.2.6.2. Sự cần thiết phải hướng dẫn và điều tiết nhu cầu có khả năng thanh toán

+ Nhu cầu của con người luôn luôn biến đổi và phát triển không ngừng, nó bị ảnh hưởng bởi rất nhiều nhân tố khác nhau, do đó nhiều khi nhu cầu phát triển theo hướng thiếu lành mạnh.

+ Có những nhu cầu không phù hợp với thuần phong mỹ tục, đạo đức, lối sống, truyền thống lịch sử, văn hóa của người Việt Nam, không phù hợp với khả năng của nhà sản xuất, chưa phù hợp với sự phát triển kinh tế của đất nước, chính vì vậy phải có sự điều tiết nhu cầu.

2.2.6.3. Mục đích

+ Làm cho khối lượng và cơ cấu nhu cầu phù hợp với khả năng của nền sản xuất hàng hóa.

+ Hướng dẫn nhu cầu tiêu dùng phù hợp với nếp sống mới, phù hợp với tập quán tốt đẹp của từng vùng, miền, từng dân tộc.

+ Thúc đẩy quá trình hình thành nhu cầu mới, xây dựng tốt các mối quan hệ giữa các nước, hội nhập với cộng đồng thế giới.

2.2.6.4. Các biện pháp

** Biện pháp của nhà nước:*

- Xây dựng cơ cấu mặt hàng hợp lý, chú ý đến những sản phẩm có thể thay thế được cho nhau.

- Xây dựng quan hệ tỷ giá hợp lý, cụ thể đối với những mặt hàng đáp ứng nhu cầu thiết yếu thì phải có mức giá cả thấp, những mặt hàng cần hạn chế có giá cả cao hơn mức bình thường.

- Có chính sách thu nhập hợp lý theo hướng điều tiết nhóm có thu nhập cao hỗ trợ nhóm có thu nhập thấp.

- Thông qua phương tiện thông tin đại chúng để tổ chức tốt công tác tuyên truyền.

- Mở rộng các hoạt động văn hóa xã hội để thu hút mọi người cùng tham gia vui chơi lành mạnh, tránh tiêu cực.

- Cưỡng chế hành chính theo pháp luật đối với những người cố tình tiêu dùng thiếu lành mạnh.

** Biện pháp của doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng - khách sạn:*

- Kinh doanh những mặt hàng do những cơ sở sản xuất trong nước là chính.

- Đảm bảo khối lượng hàng hóa dự trữ hợp lý, giữ gìn tốt giá trị sử dụng để đảm bảo lợi ích cho người tiêu dùng.

- Thúc đẩy quá trình hình thành nên những nhu cầu như: ăn uống, nghỉ ngơi trong khách sạn và hướng những nhu cầu này phù hợp với lối sống lành mạnh.

- Tăng cường công tác kiểm tra, kiểm định để mọi sản phẩm làm ra là sản phẩm tốt nhất.

❖ TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Trong chương này, một số nội dung chính được giới thiệu:

- Khái niệm doanh nghiệp và các đặc trưng cơ bản của doanh nghiệp.

- Khái niệm và chức năng của doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

- Khái niệm và đặc điểm của một số cơ sở kinh doanh lưu trú và ăn uống hiện nay.

- Khái niệm và mối quan hệ của nhu cầu tiêu dùng và nhu cầu có khả năng thanh toán.

- Phân loại nhu cầu theo các tiêu thức.

❖ CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 2

1. Trình bày khái niệm và đặc trưng của doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.
2. Trình bày khái niệm và đặc điểm của một số cơ sở kinh doanh lưu trú hiện nay.
3. Trình bày khái niệm và mối quan hệ của nhu cầu tiêu dùng và nhu cầu có khả năng thanh toán.
4. Phân loại nhu cầu theo nhà tâm lý học Maslaw.

CHƯƠNG 3. CÁC NGUỒN LỰC CƠ BẢN CỦA DOANH NGHIỆP NHÀ HÀNG – KHÁCH SẠN

❖ GIỚI THIỆU CHƯƠNG 3

Chương 3 là chương giới thiệu các vấn đề khái niệm, đặc điểm, nội dung và hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn. Khái niệm, đặc điểm của lao động và cách xác định năng suất lao động, các biện pháp tăng năng suất lao động trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

❖ MỤC TIÊU

** Về kiến thức:*

+ Ghi nhớ được khái niệm, đặc điểm cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

+ Trình bày được nội dung và hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

+ Ghi nhớ được khái niệm và đặc điểm của lao động trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

+ Ghi nhớ được khái niệm năng suất lao động và phân tích các biện pháp tăng năng suất lao động trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

** Về kỹ năng:*

+ Nhận diện được tầm quan trọng của việc nghiên cứu đặc điểm, nội dung và hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

+ Xác định và vận dụng được năng suất lao động và các biện pháp tăng năng suất lao động trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn vào thực tiễn.

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

+ Người học có ý thức, trách nhiệm với nghề nghiệp.

+ Chủ động nghiên cứu tài liệu, cập nhật 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 dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận chương 3 (cá nhân hoặc nhóm).*

- *Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (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 3

- *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, giáo trình, 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 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.

* Phương pháp:

+ *Điểm kiểm tra thường xuyên:* không có

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

❖ NỘI DUNG CHƯƠNG 3

3.1. Cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn

3.1.1. Khái niệm và đặc điểm cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn

3.1.1.1. Khái niệm

Cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng – khách sạn đóng một vai trò hết sức quan trọng trong quá trình tạo ra và thực hiện sản phẩm của nhà hàng, khách sạn cũng như mức độ khai thác tiềm năng nhằm thỏa mãn nhu cầu của khách hàng. Chính vì vậy, sự phát triển của nhà hàng – khách sạn bao giờ cũng gắn liền với việc xây dựng và hoàn thiện cơ sở vật chất kỹ thuật.

Cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng – khách sạn là điều kiện vật chất cơ bản giúp thỏa mãn nhu cầu của khách hàng, góp phần làm tăng giá trị, sức hấp dẫn của sản phẩm và tăng khả năng thu hút khách hàng tiềm năng.

Về mặt hiện vật, cơ sở vật chất kỹ thuật bao gồm khách sạn, nhà hàng, các trang thiết bị phục vụ cho quá trình kinh doanh của doanh nghiệp. Về mặt giá trị, cơ sở vật chất kỹ thuật là toàn bộ các tài sản cố định và tài sản lưu động được

biểu hiện bằng tiền phục vụ trực tiếp cho quá trình kinh doanh của doanh nghiệp.

Như vậy, cơ sở vật chất kỹ thuật trong nhà hàng – khách sạn bao gồm các công trình phục vụ việc ăn uống và ngủ nghỉ của khách. Nó bao gồm các công trình bên trong và bên ngoài nhà hàng, khách sạn, các tài sản cố định, các trang thiết bị máy móc, hệ thống cấp thoát nước, các vật dụng được sử dụng trong quá trình hoạt động kinh doanh nhà hàng – khách sạn.

Cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng – khách sạn là một bộ phận cấu thành cơ sở vật chất kỹ thuật của xã hội nói chung. Do đó, nội dung và bản chất của cơ sở vật chất kỹ thuật xã hội là tiền đề để nghiên cứu bản chất và nội dung của cơ sở vật chất kỹ thuật trong nhà hàng – khách sạn.

Trong cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng, tài sản cố định chiếm tỷ trọng lớn. Ngoài ra, nó còn bao gồm cả những tư liệu lao động có giá trị thấp và thời gian sử dụng ngắn.

3.1.1.2. Đặc điểm

Trong hoạt động kinh doanh nhà hàng – khách sạn, cơ sở vật chất kỹ thuật là bộ phận không thể thiếu. Số lượng, kích thước của cơ sở vật chất kỹ thuật trong nhà hàng – khách sạn phụ thuộc vào loại, kiểu, công suất và thứ hạng của nhà hàng, khách sạn.

Chẳng hạn, với nhà hàng khách sạn có quy mô lớn và sang trọng thì cơ sở vật chất kỹ thuật được phát triển toàn diện. Vì vậy, tại đây có thể sử dụng nhiều phòng ăn, phòng nghỉ để phục vụ khách, phục vụ với nhiều hình thức, nhiều đối tượng khách và đa dạng các món ăn, các dịch vụ. Còn các nhà hàng khách sạn có quy mô vừa và nhỏ thường chỉ phục vụ một vài đối tượng khách nhất định. Do đó, cơ sở vật chất kỹ thuật trong nhà hàng khách sạn không đáp ứng nhu cầu đặc trưng của khách, mà chỉ tạo điều kiện để thỏa mãn nhu cầu khách.

** Cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng phụ thuộc lớn vào địa thế của nhà hàng – khách sạn:*

Nhà hàng – khách sạn có địa thế đẹp gần những đường phố lớn, trung tâm hay gần những khu dân cư, các cơ quan công sở sẽ khai thác được số lượng khách hàng tiềm năng. Địa thế nhà hàng – khách sạn là cơ sở để xác định công suất phục vụ khách hàng vì nhà hàng – khách sạn có địa thế đẹp sẽ thu hút nhiều khách hàng không chỉ đến thưởng thức các món ăn ngon mà còn đến thưởng thức vẻ đẹp, cảnh quan của nhà hàng – khách sạn. Chính vì vậy, nhà hàng – khách sạn có địa thế đẹp thì cơ sở vật chất cũng phải tương xứng, phù hợp với nhà hàng – khách sạn.

Sự kết hợp hài hòa giữa địa thế và cơ sở vật chất kỹ thuật sẽ giúp cho nhà hàng hoạt động kinh doanh có hiệu quả hơn.

** Cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng – khách sạn mang tính đồng bộ trong xây dựng và sử dụng:*

Đặc điểm này xuất phát từ tính đồng bộ về nhu cầu thiết yếu của khách hàng là thưởng thức những món ăn, đồ uống hay nghỉ ngơi, thư giãn. Do vậy, để đáp ứng những nhu cầu này, trước tiên cần phải xây dựng một hệ thống công trình các cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ đồng bộ.

Nhu cầu đến các nhà hàng – khách sạn ăn uống, ngủ nghỉ, thư giãn của khách hàng là nhu cầu cao cấp. Khách hàng bao giờ cũng đòi hỏi nhu cầu của mình được thỏa mãn ở mức độ cao. Cơ sở vật chất kỹ thuật tạo điều kiện đáp ứng tốt nhất những nhu cầu cao cấp đó, vì vậy giá trị của một đơn vị công suất sử dụng bao giờ cũng rất cao.

Các cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng – khách sạn được sử dụng tương đối dài, có mức độ hao mòn vô hình và hữu hình như thiết bị máy móc... Trong nhà hàng – khách sạn, các dịch vụ ngoài việc do con người tạo nên cùng với sự tham gia của máy móc thiết bị. Việc đầu tư xây dựng cơ bản trong nhà hàng – khách sạn phải được nghiên cứu kỹ lưỡng về mặt thiết kế kiến trúc, đảm bảo phải phù hợp lâu dài mà không cần cải tạo nâng cấp nhiều lần.

** Cơ sở vật chất kỹ thuật của nhà hàng – khách sạn được sử dụng không cân đối:*

Kinh doanh nhà hàng - khách sạn chịu ảnh hưởng của yếu tố thời vụ và công suất sử dụng, mà cơ sở vật chất kỹ thuật có thể thay đổi theo thời gian, theo ngày, tuần, tháng trong năm. Chẳng hạn, chỉ trong một tuần cũng có sự thay đổi nhịp độ sử dụng vì những ngày đầu tuần lượng khách đến với nhà hàng, khách sạn không đông như những ngày cuối tuần. Hoặc trong năm, những tháng cao điểm phục vụ là những tháng đầu năm và cuối năm, vì khách hàng thường tổ chức những bữa tiệc chiêu đãi, khai xuân, tất niên hoặc cưới xin.

3.1.2. Nội dung cơ sở vật chất kỹ thuật

Cơ sở vật chất kỹ thuật trong nhà hàng - khách sạn bao gồm các công trình phục vụ cho việc ăn uống và lưu trú của khách. Như vậy, nội dung cơ sở vật chất kỹ thuật trong nhà hàng – khách sạn là các tòa nhà và toàn bộ hệ thống trang thiết bị trong đó.

3.1.2.1. Các tòa nhà

Tùy theo quy mô của nhà hàng – khách sạn mà các tòa nhà có thể to nhỏ khác nhau nhưng nhìn chung trong các tòa nhà gồm có: tầng đón nhận khách, tầng ở của khách, các phòng dành cho sử dụng công cộng, phòng ăn, khu vực hỗ trợ và hệ thống trang thiết bị.

Trong quá trình quản lý và bố trí các bộ phận phải đảm bảo mối quan hệ giữa các bộ phận chức năng và các phòng ban để đảm bảo thuận lợi trong quá trình phục vụ.

** Tầng đón nhận khách:*

Có vai trò trung tâm trong khách sạn, nó có quan hệ chức năng với tất cả các phòng, các khu vực trong khách sạn. Tại đây khách được đón tiếp, bố trí và

phân về các phòng ở trong khách sạn. Đây là khu vực đón tiếp khách nên cần được sắp xếp bố trí một cách hợp lý để đảm bảo thuận lợi cho việc đưa đón khách du lịch. Khu vực này của khách sạn bao gồm các phòng ban và bộ phận tiếp tân, quầy thu tiền, các quầy dịch vụ, phòng hành chính, hệ thống vệ sinh công cộng...

** Tầng ở của khách:*

Là khu vực chính của khách sạn. Nó thực hiện chức năng quan trọng nhất của khách sạn là đảm bảo phục vụ nhu cầu lưu trú của du khách trong một thời gian. Các trang thiết bị trong phòng ngủ phụ thuộc vào thứ hạng của khách sạn, của phòng ở và cách bố trí sắp xếp của khách sạn.

** Các phòng dành riêng cho nhân viên phục vụ:*

Đây là nơi để các nhân viên phục vụ ngủ nghỉ, đồng thời nó còn là nơi để chăn, màn, khăn trải giường để phục vụ khách.

** Khu vực hỗ trợ:*

Bao gồm: nhà giặt là, trung tâm điện nước, nhà kho, bãi để xe. Khu vực này có ý nghĩa không nhỏ đối với quá trình phục vụ khách, đồng thời nó đảm bảo cho hoạt động của khách sạn có hiệu quả hơn.

Cơ sở phục vụ ăn uống và giải trí là bộ phận không thể thiếu được trong các khách sạn, nhất là các khách sạn lớn và có thứ hạng cao.

Số lượng kích thước của cơ sở phục vụ ăn uống giải trí phụ thuộc vào loại kiểu, công suất và thứ hạng của khách sạn.

Ở các khách sạn lớn, sang trọng, các cơ sở phục vụ ăn uống được phát triển một cách toàn diện. Vì vậy tại đây có thể sử dụng nhiều phòng ăn để không những phục vụ khách trong khách sạn mà còn phục vụ cả khách hàng ở bên ngoài, nhất là dân cư ở địa phương.

Các khách sạn vừa và nhỏ thì cơ sở phục vụ ăn uống thường chỉ được sử dụng để phục vụ khách ở trong khách sạn.

Đối với nhà hàng hoặc cơ sở phục vụ ăn uống trong khách sạn thì ngoài các phòng ăn còn bao gồm cả nhà bếp là nơi tiến hành sơ chế nguyên liệu và chế biến các món ăn phục vụ khách và nhà kho để chứa các nguyên liệu phục vụ chế biến. Để đảm bảo hiệu quả trong kinh doanh phục vụ thì cần tính toán một cách chặt chẽ công suất của phòng ăn để tránh lãng phí. Nếu khách sạn chỉ phục vụ ăn uống cho du khách sống trong khách sạn và nhân viên phục vụ làm việc theo ca thì cần giảm số ghế ngồi và số nhân viên phục vụ. Bên cạnh phòng ăn chính trong khách sạn có thể bố trí các phòng bar, quán cà phê giải khát và cho phép cả khách ở ngoài khách sạn được sử dụng sản phẩm để tăng công suất sử dụng và tăng doanh thu của bộ phận đó.

3.1.2.2. Trang thiết bị trong khách sạn

Hiện nay, các khách sạn có nhiều điều kiện để đưa các phương tiện, thiết bị hiện đại vào sử dụng phục vụ cho quá trình kinh doanh. Do đó cho phép các

khách sạn có thể tập trung hóa được các hoạt động như: cung ứng vật tư, nguyên liệu, bán dịch vụ hàng hóa và tạo ra nhiều dịch vụ khác để phục vụ khách. Các phương tiện thiết bị sử dụng trong khách sạn bao gồm:

- Phương tiện vận chuyển giúp cho việc chuyên chở nhân viên, khách du lịch, cũng như hàng hóa, nguyên liệu, sản phẩm. Điển hình của phương tiện vận chuyển trong khách sạn là thang máy. Thang máy được bố trí riêng cho khách và cho nhân viên phục vụ. Tuy nhiên ở các khách sạn loại nhỏ, các nhà trọ thì thang máy chưa được sử dụng. Việc sử dụng thang máy trong khách sạn phải đảm bảo yêu cầu là vận chuyển nhanh, ít ồn và đảm bảo hiệu quả cao.

- Thiết bị ghi nhận thông tin bao gồm những máy móc giúp cho việc đăng ký chỗ cho khách trong khách sạn, thông tin về tình hình sử dụng buồng, giường, tình hình phục vụ các dịch vụ khác.

- Các phương tiện, thiết bị khác như: nhà lạnh, máy lạnh trong nhà kho, điều hòa nhiệt độ, thiết bị điện, đồ dùng cơ học, thiết bị đo đếm, kiểm tra...

Việc lựa chọn, bố trí, lắp đặt, sử dụng các phương tiện thiết bị trong khách sạn tùy thuộc vào quy mô và thứ hạng của khách sạn. Nhưng vấn đề quan trọng là việc lắp đặt các phương tiện thiết bị phải đảm bảo nâng cao chất lượng phục vụ, nâng cao hiệu quả kinh tế và giảm nhẹ sức lao động cho nhân viên phục vụ.

- Trang thiết bị trong khách sạn: phần lớn các nhu cầu của du khách trong thời gian lưu lại ở điểm du lịch được đáp ứng trong khách sạn. Do đó việc trang bị cho khách sạn có tầm quan trọng đặc biệt trong việc thỏa mãn các nhu cầu của khách du lịch. Trang thiết bị trong khách sạn phải đảm bảo điều kiện tiện nghi cho du khách, đảm bảo độ bền vững, vệ sinh và mỹ thuật.

Trang bị trong khu lưu trú bao gồm: giường, bàn, tủ, ghế, giá đồ đạc, ti vi, tủ lạnh,...

Các trang thiết bị sử dụng trong cơ sở phục vụ ăn uống, giải trí cần được tiến hành trang trí theo các phong cách nghệ thuật khác nhau.

Các cơ sở phục vụ lưu trú và ăn uống không đáp ứng nhu cầu đặc trưng của du khách mà chỉ tạo điều kiện để thỏa mãn chúng. Cơ sở vật chất kỹ thuật trong khách sạn thương có giá trị lớn, lịch sự, sang trọng, yêu cầu luôn luôn được bổ sung và đổi mới.

3.1.3. Phân loại cơ sở vật chất trong nhà hàng – khách sạn

Cơ sở vật chất kỹ thuật trong nhà hàng – khách sạn bao gồm nhiều thành phần, bộ phận khác nhau, chúng có những chức năng khác nhau và có ý nghĩa nhất định trong việc tạo ra và thực hiện các sản phẩm. Vì vậy, để đi sâu tìm hiểu và sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật có hiệu quả, cần tiến hành phân loại cơ sở vật chất kỹ thuật theo một số tiêu thức.

3.1.3.1. Căn cứ vào đặc điểm của tài sản

Căn cứ vào đặc điểm của tài sản, cơ sở vật chất kỹ thuật trong nhà hàng – khách sạn được chia làm hai loại.: Tài sản cố định và tài sản lưu động.

* *Tài sản cố định*: Là loại tài sản có giá trị lớn và thời gian sử dụng dài (theo quy định hiện nay thì những tài sản có giá trị > 30.000.000đ và thời gian sử dụng trên 1 năm). Tài sản cố định tham gia trực tiếp vào quá trình kinh doanh trong một thời gian dài nhưng vẫn giữ nguyên hình thái vật chất ban đầu, còn giá trị của nó thì giảm dần trong quá trình sử dụng. Giá trị hao mòn này được chuyển vào giá thành sản phẩm.

Tài sản cố định gồm: nhà cửa, kho tàng, trang thiết bị, phương tiện vận chuyển...

* *Tài sản lưu động*: Là những tài sản có giá trị thấp và thời gian sử dụng ngắn; trong quá trình kinh doanh hầu như nó chuyển ngay giá trị vào giá thành sản phẩm. Do đó hình thái vật chất biến đổi nhanh, tốc độ hoàn vốn nhanh. Ví dụ: công cụ lao động nhỏ, bao bì, vật rẻ tiền mau hỏng...

3.1.3.2. Căn cứ vào nghiệp vụ kinh doanh

Căn cứ vào nghiệp vụ kinh doanh, cơ sở vật chất kỹ thuật trong nhà hàng – khách sạn thành:

* Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ kinh doanh ăn uống: Bao gồm hệ thống nhà cửa bố trí phòng ăn, nhà bếp, các trang thiết bị dụng cụ trong phòng ăn, nhà bếp.

* Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ kinh doanh lưu trú: Bao gồm khu nhà bố trí buồng ngủ, các trang thiết bị trong buồng.

* Cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ kinh doanh các dịch vụ khác: Tùy theo mỗi loại dịch vụ khác nhau mà có cơ sở vật chất kỹ thuật sao cho phù hợp (Karaoke, massage, thẩm mỹ...)

3.1.4. *Hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng – khách sạn*

Hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật là một chỉ tiêu đánh giá chất lượng hoạt động của doanh nghiệp nhà hàng khách sạn, nó thể hiện trình độ quản lý và sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp. Hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật được biểu hiện thông qua mối quan hệ so sánh giữa kết quả đạt được với toàn bộ chi phí về cơ sở vật chất kỹ thuật để đạt được điều đó.

Để đánh giá hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật, cần đánh giá hiệu quả sử dụng tài sản cố định và tài sản lưu động.

3.1.4.1. Hiệu quả sử dụng tài sản cố định

Trong quá trình kinh doanh, bộ phận chi phí về tài sản cố định được hạch toán chính là bộ phận khấu hao tài sản cố định. Vì vậy khi đánh giá hiệu quả sử dụng tài sản cố định cần nghiên cứu khấu hao tài sản cố định. Việc tính khấu hao tài sản cố định là rất cần thiết.

Do tài sản cố định tham gia vào quá trình kinh doanh trong một thời gian dài, giá trị của chúng chuyển dần vào giá trị sản phẩm. Do đó thời gian thu hồi

vốn thường kéo dài. Vì vậy để đảm bảo tái sản xuất tài sản cố định thì các doanh nghiệp cần phải tính khấu hao tài sản cố định trong quá trình kinh doanh.

Hao mòn tài sản cố định thể hiện dưới hai dạng: Hao mòn hữu hình và hao mòn vô hình.

Hao mòn hữu hình là sự hao mòn làm thay đổi về mặt vật chất của tài sản cố định. Sự hao mòn đó trước hết là do kết quả của việc sử dụng tài sản cố định gây nên, sự hao mòn này tỷ lệ thuận với cường độ và thời gian sử dụng. Ngoài ra còn do tác động của môi trường thiên nhiên: khí hậu thời tiết. Sự hao mòn vật chất của tài sản cố định sẽ làm cho giá trị của tài sản bị giảm dần.

Hao mòn vô hình phát sinh là do sự tác động của tiến bộ khoa học kỹ thuật. Trình độ khoa học kỹ thuật và công nghệ ngày càng cao sẽ cho phép người ta tạo ra những sản phẩm có chất lượng cao, giá thành hạ. Vì vậy, những sản phẩm mới ra đời mặc dù có công suất và các thông số kỹ thuật như nhau nhưng có giá bán thấp hơn, hoặc những tài sản cố định có giá bán như cũ nhưng chất lượng lại tốt hơn. Hoặc có những tài sản chưa hết hạn sử dụng nhưng phải thay thế bằng các tài sản khác tiên tiến hơn.

Xuất phát từ đó, doanh nghiệp cần phải nâng cao công suất và cường độ làm việc của các trang thiết bị kỹ thuật, rút ngắn thời gian sử dụng của tài sản để hạn chế tác động của hao mòn vô hình đối với tài sản cố định. Đồng thời trong quá trình sử dụng cần phải thường xuyên trích khấu hao tài sản cố định và đưa vào quỹ khấu hao cơ bản và quỹ khấu hao sửa chữa lớn.

Quỹ khấu hao cơ bản dùng để tái sản xuất tài sản cố định.

Quỹ khấu hao sửa chữa lớn tài sản cố định được dùng để tái sản xuất từng phần tài sản cố định.

Phương pháp tính khấu hao tài sản cố định được tính theo 3 chỉ tiêu: Tổng số khấu hao, mức khấu hao và tỷ lệ khấu hao.

3.1.4.2. Hiệu quả sử dụng tài sản lưu động

Hiệu quả sử dụng tài sản lưu động là chỉ tiêu phản ánh trình độ quản lý và sử dụng tài sản lưu động của doanh nghiệp. Nó biểu hiện mối quan hệ so sánh giữa kết quả đạt được trong sản xuất kinh doanh với toàn bộ chi phí tài sản lưu động để đạt được kết quả đó. Hiệu quả sử dụng tài sản lưu động biểu hiện qua các chỉ tiêu:

- Số lần chu chuyển vốn lưu động: Là số vòng (số lần) vốn lưu động quay được trong một thời gian nhất định.

- Số ngày chu chuyển vốn lưu động: Là thời gian trung bình cần thiết vốn chu chuyển được một vòng.

Số lần chu chuyển vốn lưu động càng nhiều thì tốc độ chu chuyển vốn lưu động càng nhanh và số ngày chu chuyển vốn lưu động càng nhiều thì tốc độ chu chuyển vốn lưu động càng chậm hay số lần chu chuyển vốn lưu động tỷ lệ nghịch với số ngày chu chuyển vốn lưu động.

3.1.5. Biện pháp nâng cao hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật

Trong điều kiện của nền kinh tế thị trường hiện nay, các doanh nghiệp nhà hàng khách sạn phải tự chủ trong sản xuất kinh doanh, tự hạch toán kinh tế. Vì vậy, đối với các doanh nghiệp nhà hàng khách sạn, việc phấn đấu giảm chi phí nhằm nâng cao lợi nhuận có một ý nghĩa rất to lớn. Trong chi phí của các doanh nghiệp nhà hàng khách sạn thì chi phí cho cơ sở vật chất chiếm đại bộ phận. Do đó việc nâng cao hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp là hết sức cần thiết, nó góp phần giảm giá thành và nâng cao khả năng cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường.

Các biện pháp để nâng cao hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn phải xuất phát từ tình hình sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật thực tế của doanh nghiệp. Cụ thể bao gồm:

- Tính toán đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật cho phù hợp với tài nguyên du lịch nhằm đảm bảo tính đồng bộ và hợp lý khi du khách tiêu dùng sản phẩm, từ đó tăng doanh thu cho doanh nghiệp.

- Cơ sở vật chất kỹ thuật cần được đầu tư mạnh, đổi mới thường xuyên và bổ sung kịp thời cho phù hợp với tiến bộ xã hội, văn minh xã hội, tránh bị tụt hậu, không đáp ứng được nhu cầu du lịch.

- Cần phải khai thác và sử dụng tối đa khả năng của cơ sở vật chất kỹ thuật. Muốn vậy, doanh nghiệp cần áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật, tăng hệ số ca kíp, sử dụng hết công suất máy móc trang thiết bị... trong doanh nghiệp.

- Cần có phương án kinh doanh cụ thể, đặc biệt trong những tháng trái vụ, hạn chế việc sử dụng không cân đối cơ sở vật chất kỹ thuật trong năm.

- Không ngừng bồi dưỡng để nâng cao trình độ nghiệp vụ cho nhân viên trong doanh nghiệp để một mặt nâng cao chất lượng phục vụ nhằm tạo doanh thu cao, mặt khác sử dụng hợp lý tài sản của doanh nghiệp để giảm chi phí kinh doanh.

- Tăng doanh thu, giảm chi phí về cơ sở vật chất kỹ thuật là con đường duy nhất để nâng cao hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất kỹ thuật.

3.2. Lao động trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn

3.2.1. Khái niệm lao động

Lao động là hoạt động có mục đích, có ý thức của con người nhằm tạo ra các sản phẩm phục vụ các nhu cầu của đời sống con người.

3.2.2. Đặc điểm của lao động trong doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng – khách sạn

Lao động trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn được hình thành một cách tất yếu và là một bộ phận của lao động xã hội.

Đặc điểm của lao động trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn do tính chất và nội dung của hoạt động nhà hàng - khách sạn quyết định.

Do đặc điểm của hoạt động kinh doanh nhà hàng - khách sạn, người lao động trong doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn có đặc điểm riêng biệt:

- Đội ngũ lao động hiện nay còn có đặc điểm là trình độ văn hoá tương đối thấp, đặc biệt là ở dịch vụ buồng, bàn và những cơ sở hoạt động theo mùa. Tuy nhiên yêu cầu đối với đội ngũ lao động đó là phải có tay nghề cao, có trình độ văn hoá, hiểu biết nhiều, biết ngoại ngữ, hiểu biết tâm lý khách hàng,... sự vận động và phát triển của đội ngũ lao động sẽ tạo ra tập thể lao động hoàn thiện hơn, hoạt động có chất lượng và hiệu quả cao hơn.

- Đây là lao động mang tính phục vụ. Lao động lấy thỏa mãn nhu cầu khách hàng làm thước đo chất lượng, mà nhu cầu khách hàng phong phú đa dạng, vì vậy đòi hỏi người lao động có sự ứng xử thích hợp để làm hài lòng khách hàng.

- Chủ yếu là lao động thủ công và rất linh hoạt. Sản phẩm mà doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn cung cấp rất phong phú, phức tạp, không đồng nhất cho nên không thể sử dụng máy móc để thay thế con người trong tất cả các khâu kinh doanh, vì vậy chỉ sử dụng lao động phổ thông là chính và bản thân mỗi người lao động cũng phải thực hiện nhiều yêu cầu công việc trong nhiều khâu, các công đoạn khác nhau cho nên rất linh hoạt. Ngoài ra còn có tính nghệ thuật, tính khoa học (do là lao động thủ công nên lao động này mang tính nghệ thuật cao).

- Lao động phải làm việc với cường độ cao vào một số thời điểm trong ngày. Những thời điểm này lại không phù hợp với đặc điểm tâm sinh lý nói chung của con người. Chính vì vậy có thể nói đây là lao động tương đối vất vả.

- Lao động biến đổi về cơ cấu và số lượng. Do tính đa dạng và phức tạp của hoạt động kinh doanh nên lao động luôn bị biến đổi về số lượng và cơ cấu trong ngày, tuần, năm,...(mang tính thời vụ)

3.2.3. Phân loại lao động trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn

3.2.3.1. Căn cứ vào chức danh công tác

Đội ngũ lao động gồm:

- Giám đốc
- Phó giám đốc
- Trưởng phòng
- Bếp trưởng, ca trưởng
- Nhân viên

3.2.3.2. Căn cứ vào nhiệm vụ kinh doanh

Đội ngũ lao động gồm:

- Lao động kinh doanh ăn uống: bàn, bar, bếp
- Lao động kinh doanh lưu trú: buồng, lễ tân
- Lao động kinh doanh các dịch vụ khác
- Lao động quản lý

Cách phân loại này làm cho người lao động hiểu rõ quyền hạn, trách nhiệm và phạm vi lao động của mình. Mặt khác, công tác tổ chức lao động của doanh nghiệp dễ dàng hơn.

3.2.3.3. Căn cứ vào trình độ chuyên môn

Đội ngũ lao động gồm:

- Lao động tốt nghiệp đại học
- Lao động tốt nghiệp trung cấp
- Lao động tốt nghiệp sơ cấp
- Lao động chưa qua đào tạo

Trong hoạt động kinh doanh nhà hàng – khách sạn, lao động chưa qua đào tạo chiếm tỉ trọng tương đối lớn. Cách phân chia này làm cho doanh nghiệp nắm vững được tình hình chất lượng đội ngũ lao động của doanh nghiệp mình, từ đó có kế hoạch tuyển dụng lao động, bồi dưỡng và đào tạo lao động, sử dụng lao động một cách hợp lý.

3.2.3.4. Căn cứ vào vai trò và tác dụng của lao động đối với quá trình sản xuất kinh doanh

- Lao động trực tiếp: Tham gia vào quá trình kinh doanh là những lao động thực hiện chức năng cơ bản. Bộ phận lao động này chiếm tỉ trọng lớn, quyết định tới hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

- Lao động gián tiếp: Là lao động giúp cho việc quản lý và điều hành đối với quá trình kinh doanh. Bộ phận lao động này thường chiếm tỉ trọng nhỏ nhưng rất cần thiết, đòi hỏi có trình độ chuyên môn nhất định. Để tăng hiệu quả kinh doanh, các doanh nghiệp nhà hàng khách sạn phải tăng lao động trực tiếp và giảm lao động gián tiếp.

Cách phân loại này giúp cho doanh nghiệp trả công từng bộ phận lao động có sự khác nhau theo chế độ và chính sách.

3.2.4. Năng suất lao động trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn

3.2.4.1. Khái niệm năng suất lao động

Năng suất lao động trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn là chỉ tiêu phản ánh hiệu quả sử dụng lao động sống, thường được xác định bằng doanh thu bình quân của một nhân viên kinh doanh nhà hàng – khách sạn, hoặc bằng lượng hao phí lao động bình quân cho một đơn vị doanh thu.

3.2.4.2. Cách xác định năng suất lao động

+ Dạng thuận:

$$\bar{w} = \frac{D}{\bar{T}}$$

Trong đó: \bar{w} : Năng suất lao động bình quân một lao động

D : Doanh thu trong kỳ (Tháng, quý, năm)

\bar{T} : Số lao động bình quân

Ý nghĩa: Chỉ tiêu phản ánh cứ 1 đơn vị lao động tham gia vào sản xuất trong kỳ thì sẽ thu được bao nhiêu đơn vị doanh thu bán hàng.

+ Dạng nghịch:

$$t = \frac{\bar{T}}{D}$$

Trong đó:

t: Lượng lao động hao phí bình quân cho 1 đơn vị doanh thu

D : Doanh thu trong kỳ (Tháng, quý, năm)

\bar{T} : Số lao động bình quân

Ý nghĩa: Chỉ tiêu phản ánh để thu được một đơn vị doanh thu trong kỳ thì cần hao phí bao nhiêu đơn vị lao động.

Năng suất lao động tính theo cách này dễ tính toán, phản ánh tổng hợp năng suất lao động của toàn doanh nghiệp. Chỉ tiêu này có thể so sánh giữa các doanh nghiệp và so sánh năng suất lao động giữa các thời kỳ kinh doanh của doanh nghiệp.

Ví dụ:

Doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn A có tình hình kinh doanh như sau:

Năm 2020: Tổng doanh thu đạt 1.500 triệu đồng với số lao động bình quân cả năm là 50 người.

Năm 2021: Tổng doanh thu đạt 2.000 triệu đồng với số lao động bình quân cả năm là 55 người.

Chỉ tiêu năng suất lao động cho 2 năm được tính như sau:

Theo công thức: $\bar{w} = \frac{D}{\bar{T}}$

Ta có:

\bar{w}_{2020}	=	D_{2020}	=	1.500trđ	=	30trđ/người - năm
		\bar{T}_{2020}		50 người		

\bar{w}_{2021}	=	D_{2021}	=	2.000trđ	=	36,36trđ/người - năm
		\bar{T}_{2021}		55 người		

Nhận xét:

Nhìn vào chỉ tiêu trên ta thấy: Năng suất lao động năm 2021 đạt 36,36trđ/người-năm lớn hơn năng suất lao động năm 2020 là 6,36trđ/người-năm là do doanh thu năm 2021 tăng 500trđ tương ứng +33,3% ($500/1.500 \times 100$). Trong khi đó số lao động bình quân tăng 5 người, tương ứng + 10% ($5/50 \times 100$). Như vậy, do tốc độ tăng của lao động chậm hơn tốc độ tăng của doanh thu nên năng suất lao động năm 2021 tăng hơn năng suất lao động năm 2020.

3.2.4.3. Tăng năng suất lao động

** Khái niệm tăng năng suất lao động*

Tăng năng suất lao động trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn là tăng doanh thu bình quân của một nhân viên kinh doanh nhà hàng – khách sạn hoặc giảm lượng lao động hao phí bình quân cho một đơn vị doanh thu.

Tăng năng suất lao động trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn phải gắn với văn minh phục vụ người tiêu dùng. Hiệu quả của một doanh nghiệp gồm hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội. Doanh nghiệp muốn tồn tại và phát triển lâu dài thì không những đảm bảo hiệu quả kinh tế, mà còn phải đảm bảo lợi ích xã hội, văn minh phục vụ người tiêu dùng.

** Ý nghĩa*

- Là yếu tố góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm dịch vụ, không ngừng mở rộng doanh thu, tạo điều kiện nâng cao phục vụ văn minh làm cho uy tín của doanh nghiệp được nâng lên.

- Góp phần hạ thấp giá thành sản phẩm, tạo điều kiện tăng lợi nhuận, để mở rộng đầu tư chiếm lĩnh thị trường, tăng sức mạnh cạnh tranh cho chính các doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn.

- Là điều kiện làm tăng thu nhập cho người lao động, nhờ đó đời sống của họ không ngừng được cải thiện giúp họ mau chóng phục hồi sức khỏe, có nhiều sáng kiến trong lao động.

- Góp phần làm tăng nguồn thu ngân sách quốc gia, tạo điều kiện đầu tư cho các ngành kinh tế quốc dân phát triển, nâng cao đời sống vật chất, văn hoá cho toàn xã hội.

3.2.4.4. Các nhân tố ảnh hưởng đến năng suất lao động

Năng suất lao động trong doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn chịu ảnh hưởng của nhiều nhân tố. Có nhân tố tác động trực tiếp, có nhân tố tác động gián tiếp, có nhân tố chủ quan, có nhân tố khách quan. Quá trình lao động gồm 3 yếu tố: sức lao động, công cụ lao động, đối tượng lao động. Vì vậy, có thể nghiên

cứu các nhóm nhân tố liên quan đến các yếu tố của quá trình lao động tác động đến năng suất lao động.

** Các nhân tố thuộc về người lao động:*

+ Sức khoẻ của người lao động:

Sức khoẻ của người lao động là khác nhau, điều đó ảnh hưởng trực tiếp đến công việc của họ. Dù làm bất cứ công việc gì thì người lao động cũng cần có sức khoẻ, đặc biệt sức khoẻ là tiêu chuẩn quan trọng đối với công nhân bếp, nhân viên vác đồ, hành lý cho khách,....

+ Trình độ chuyên môn của người lao động:

- Người lao động phải có trình độ văn hóa, chuyên môn nhất định, có trình độ ngoại ngữ ít nhất ở trình độ giao tiếp. Họ hiểu được tâm lý khách hàng, có trình độ giao tiếp nhất định và bên cạnh đó phải có trình độ chính trị, tư tưởng vững vàng, giữ gìn được bản sắc dân tộc, yêu nghề. Nếu doanh nghiệp đảm bảo được như vậy thì sản phẩm dịch vụ của doanh nghiệp "sản xuất" ra sẽ ở mức độ tối ưu, điều đó có sức hấp dẫn lớn đối với khách hàng.

- Người quản lý lao động cũng có ảnh hưởng quyết định đến hiệu quả kinh tế của doanh nghiệp. Do vậy người lãnh đạo phải có năng lực, phẩm chất nhất định để tổ chức, quản lý điều hành tốt mọi hoạt động doanh nghiệp. Bên cạnh đó thì chế độ khuyến khích lợi ích vật chất, tinh thần đối với người lao động là vô cùng quan trọng. Việc khuyến khích đó phải kịp thời và đúng mức mới đem lại kết quả.

** Nhân tố thuộc về cơ sở vật chất - kĩ thuật*

Mạng lưới các cơ sở trực thuộc doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn có khi rất lớn về số lượng. Một doanh nghiệp có thể có nhiều nhà hàng, khách sạn... số lượng, quy mô, sự phân bố về vị trí loại hình của cơ sở trực thuộc, hiệu quả kinh doanh của chúng ảnh hưởng trực tiếp đến năng suất lao động của doanh nghiệp. Do đó doanh nghiệp cần có kế hoạch tổng thể để cho cơ sở này tạo điều kiện cho cơ sở kia phát triển và thúc đẩy sự phát triển của doanh nghiệp.

Mức trang bị công cụ lao động, máy móc, dụng cụ chuyên dùng và hiệu quả sử dụng chúng có ảnh hưởng đến năng suất lao động, bởi vì hoạt động kinh doanh nhà hàng - khách sạn là hoạt động mà khả năng cơ giới hoá là rất hạn chế. Đối với nghiệp vụ kinh doanh nhà hàng thì việc áp dụng các máy móc mới vào sản xuất- chế biến khả quan hơn. Tuy nhiên, các trang thiết bị trong doanh nghiệp lại đòi hỏi bổ sung, đổi mới liên tục tạo sự sang trọng cần thiết cho khách sạn - nhà hàng. Vì vậy đầu tư vào lĩnh vực này tạo điều kiện thu hút khách, gây uy tín, tiếng tăm cho doanh nghiệp, góp phần tăng năng suất lao động. Đi đôi với đầu tư, mua sắm đó là các khoản chi tăng lên. Vì vậy doanh nghiệp cần sử dụng chúng một cách có hiệu quả nhất khả năng tổ chức vốn, nghệ thuật ứng xử, tiếp cận thị trường, tổ chức cung ứng nguyên liệu hàng hoá.

Điều quyết định sự thắng lợi của doanh nghiệp trong cạnh tranh là có khả năng huy động vốn, tổ chức vốn hợp lý, sử dụng vốn có hiệu quả. Vì vậy trong

quá trình kinh doanh, khả năng tổ chức vốn của doanh nghiệp quyết định mục tiêu lợi nhuận của doanh nghiệp.

*** Các nhân tố khác**

Ngoài nhân tố trên, năng suất lao động của doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn còn chịu ảnh hưởng của tính thời vụ trong kinh doanh, sự cạnh tranh giữa các doanh nghiệp, giá cả thị trường, nhân tố văn minh phục vụ người tiêu dùng.

3.2.4.5. Biện pháp tăng năng suất lao động

- Không ngừng bồi dưỡng, nâng cao trình độ chuyên môn, nâng cao trình độ chính trị tư tưởng cho cán bộ công nhân viên. Bố trí những lao động có kinh nghiệm trình độ chuyên môn vào khâu sản xuất kinh doanh quan trọng.

- Tổ chức lao động trong các doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn phải khoa học, hợp lý, đúng nghiệp vụ chuyên môn nhằm phát huy hết khả năng của người lao động. Trong quá trình kinh doanh phải có sự phối hợp chặt chẽ để nâng cao năng suất lao động.

- Tạo không khí làm việc vui vẻ. Cần có chế độ khuyến khích lợi ích vật chất đối với người lao động. Cần thưởng phạt công minh, khen thưởng kịp thời đúng đối tượng. Thường xuyên tổ chức thi đua nhằm nâng cao năng suất lao động và nâng cao chất lượng dịch vụ.

- Luôn đổi mới và cải tiến quy trình công nghệ trong các khâu sản xuất chế biến món ăn, phương tiện vận chuyển và các phương tiện phục vụ khác.

- Xây dựng các cơ sở lưu trú cần chú ý đến nhu cầu, xu thế của khách trong từng thời kỳ cho phù hợp với nhu cầu hiện đại, nhằm thu hút khách, tăng doanh thu, từ đó tăng năng suất lao động.

- Thường xuyên đổi mới quá trình kinh doanh cho phù hợp với thực tiễn. Đầu tư mở rộng hợp lý các cơ sở vật chất kỹ thuật để tăng doanh thu, từ đó tăng năng suất lao động.

Trong quá trình kinh doanh, các doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn cần chú ý mọi biện pháp tăng năng suất lao động, nhưng không quên luôn phải tiết kiệm chi phí để kinh doanh có lợi nhuận cao.

3.2.5. Tiền lương trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn

3.2.5.1. Khái niệm

Tiền lương là giá cả của hàng hóa sức lao động được hình thành do sự thỏa thuận giữa người lao động và người sử dụng lao động trong 1 thời gian, 1 không gian và điều kiện làm việc nhất định.

Tiền lương trong doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn là khoản tiền mà doanh nghiệp trả cho người lao động theo số lượng và chất lượng lao động mà họ đã cống hiến cho xã hội. Hay tiền lương là số lượng tiền mà người lao động nhận được sau một thời gian làm việc nhất định hoặc sau khi đã hoàn thành một

khối lượng công việc nào đó.

Dưới chủ nghĩa xã hội, tiền lương là một phần thu nhập quốc dân dành cho tiêu dùng cá nhân biểu hiện dưới hình thái tiền tệ, được phân phối cho người lao động phù hợp với số lượng và chất lượng lao động của mỗi người đã cống hiến. Vì vậy nguyên tắc cơ bản để hình thành, phân phối và điều chỉnh quỹ tiền lương cho cán bộ công nhân viên trong kinh doanh nhà hàng - khách sạn là nguyên tắc phân phối theo lao động.

Quỹ tiền lương của doanh nghiệp nhà hàng- khách sạn cũng như mức lương cá nhân của người lao động trong doanh nghiệp tăng lên hoặc giảm xuống tùy theo khối lượng, chất lượng và hiệu quả của hoạt động kinh doanh. Một trong những nét mới của tổ chức tiền lương theo cơ chế kinh tế hiện hành là nâng cao vai trò khuyến khích vật chất với người lao động thông qua chế độ tiền thưởng tùy theo mức đóng góp và trách nhiệm của họ trong quá trình lao động cũng như kết quả kinh tế đạt được của doanh nghiệp.

3.2.5.2. Đặc điểm của tiền lương

Tiền lương là giá cả sức lao động, được hình thành thông qua sự thỏa thuận giữa người lao động và người sử dụng lao động, do quan hệ cung-cầu về lao động trên thị trường quyết định và được trả theo năng suất lao động, chất lượng và hiệu quả công việc.

Sự biến động của tiền lương thực tế chịu ảnh hưởng của nhiều nhân tố. Một số nhân tố làm ảnh hưởng đến tiền lương thực tế như tăng giá hàng hoá và dịch vụ, tăng thuế... một số nhân tố làm tăng tiền lương thực tế như là khoản trợ cấp. Hiện nay chúng ta đang cố gắng làm tăng tiền lương danh nghĩa, duy trì mức giá ổn định, tăng các khoản trợ cấp...

Quỹ tiền lương của doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn là một bộ phận của thu nhập quốc dân mà doanh nghiệp dùng để trả tiền lương cho cán bộ công nhân viên, về nguyên tắc, quỹ tiền lương là phần còn lại của tổng thu nhập sau khi đã trừ đi các khoản nộp ngân sách và phân trích các quỹ.

Tiền lương của người lao động trong doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn được xếp theo tháng lương, bảng lương khác nhau tùy theo trình độ chuyên môn nghiệp vụ và công việc đảm nhận.

Tiền lương là 1 bộ phận của chi phí kinh doanh và được trích theo 1 tỷ lệ nhất định.

3.2.5.3. Các hình thức trả lương

*** Hình thức trả lương theo thời gian**

+ *Khái niệm:*

Lương thời gian là tiền lương trả cho người lao động làm việc theo thời gian lao động (công tác) và mức lương đã quy định theo trình độ thành thạo của người đó.

Đây là hình thức trả lương mà tiền lương của người lao động phụ

thuộc vào thời gian làm việc và mức lương cấp bậc đã quy định theo trình độ ngành nghề của họ.

Trả lương theo thời gian căn cứ vào 3 yếu tố:

1. Ngày công thực tế người lao động.
2. Đơn giá ngày công tính theo tiền lương.
3. Hệ số tiền lương (hệ số cấp bậc công việc).

+ *Phương pháp xác định:*

Tiền lương theo thời gian = (Mức lương theo cấp bậc / Số ngày làm việc quy định trong tháng) x Thời gian làm việc thực tế.

Mức lương cấp bậc = (Hệ số lương x Lương tối thiểu) + Phụ cấp lương.

Phụ cấp lương: Là khoản tiền được xác định bằng tỷ lệ % trên lương tối thiểu hoặc lương cơ bản với mục đích tạo điều kiện cho người lao động khắc phục khó khăn về điều kiện sống và điều kiện lao động.

+ *Ưu, nhược điểm của hình thức trả lương theo thời gian:*

- *Ưu điểm:*

Khuyến khích người lao động đảm bảo ngày công lao động, có thu nhập ổn định.

Đơn giản trong tính toán quỹ lương.

- *Hạn chế:*

Tiền lương mang tính chất bình quân hoá, tạo tư tưởng đối phó của người lao động, chưa kích thích người lao động quan tâm đến hiệu quả kinh tế của doanh nghiệp.

+ *Điều kiện áp dụng:*

Đối với cán bộ công nhân viên bộ phận quản lý.

Đối với người lao động ở bộ phận không thể tiến hành định mức chính xác.

Thực tế trong các doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn, hình thức trả lương có thưởng được áp dụng phổ biến. Vì ngoài việc phản ánh ngày công thực tế của người lao động còn gắn với thành tích lao động công tác của từng người thông qua chỉ tiêu xét thưởng. Do vậy khuyến khích người lao động quan tâm đến kết quả lao động.

*** Hình thức trả lương khoán theo doanh thu:**

+ *Khái niệm:*

Lương khoán theo doanh thu là cơ chế khoán mà tiền lương và tiền thưởng của tập thể và cá nhân người lao động tùy thuộc vào đơn giá lương khoán và mức doanh thu mà doanh nghiệp đạt được.

+ *Phương pháp xác định:*

Tiền lương khoán theo doanh thu = Đơn giá lương khoán x Doanh thu thực hiện.

Đơn giá lương khoán = $(\text{Tổng quỹ lương kế hoạch} / \text{Doanh thu kế hoạch}) \times 100$

+ *Ý nghĩa:* Là định mức chi phí tiền lương cho 1000đ doanh thu hay để thu được 1000đ doanh thu thì phải chi phí bao nhiêu đồng tiền lương.

+ *Ưu, nhược điểm của hình thức trả lương khoán theo doanh thu:*

- *Ưu điểm:*

Hình thức trả lương này kết hợp được việc trả lương với kết quả lao động của các nhân viên kinh doanh nhà hàng - khách sạn.

Tính kích thích của tiền lương cao hơn. Do đó làm cho người lao động quan tâm đến kết quả lao động của mình.

- *Hạn chế:*

Chỉ phù hợp trong điều kiện thị trường tương đối ổn định, giá cả ít biến động và các điều kiện khác phải ổn định.

Người lao động chỉ quan tâm đến kết quả nhưng không quan tâm đến hiệu quả sản xuất kinh doanh (chất lượng sử dụng, chất lượng phục vụ). Mặt khác do không tiết kiệm chi phí, lợi nhuận không tăng, ảnh hưởng đến lợi ích của doanh nghiệp.

*** Hình thức trả lương khoán theo thu nhập:**

+ *Khái niệm:*

Trả lương khoán theo thu nhập là cơ chế khoán mà tiền lương và tiền thưởng của tập thể và cá nhân người lao động tùy thuộc vào tổng thu nhập, thu nhập hạch toán hoặc thu nhập ròng của doanh nghiệp.

Khoán theo thu nhập là cơ chế khoán gộp quỹ lương với ba quỹ xí nghiệp. Nếu phân phối cho ba quỹ theo tỉ lệ cao thì quỹ lương sẽ bị thu hẹp và ngược lại.

Nên tăng doanh thu, đồng thời tiết kiệm chi phí, tạo ra thu nhập càng lớn thì quỹ lương càng nhiều, không khống chế tối đa.

+ *Phương pháp xác định:*

Quỹ lương phải trả = Thu nhập ròng x Hệ số lương khoán theo thu nhập.

Thu nhập ròng = Doanh thu - Chi phí - Thuế.

Hệ số lương khoán theo thu nhập = $(\text{Quỹ lương kế hoạch} / \text{Thu nhập ròng kế hoạch}) \times 100$.

+ *Ưu, nhược điểm của hình thức trả lương khoán theo thu nhập:*

- *Ưu điểm:*

Hình thức trả lương này gắn liền, tiền thưởng, thu nhập của người lao động với năng suất, chất lượng, hiệu quả - kết hợp được ba lợi ích kinh tế hài hoà hơn. Hình thức này phù hợp với yêu cầu của cơ chế hoạch toán kinh doanh "lấy thu, bù chi, có lãi".

Tạo điều kiện cho người lao động tăng thu nhập

Khuyến khích người lao động lựa chọn phương án kinh doanh có hiệu quả, tiết kiệm chi phí.

- *Hạn chế:*

Thu nhập của người lao động không ổn định.

Người lao động được nhận toàn bộ tiền lương của mình thường bị chậm vì sau khi quyết toán được lỗ lãi thì mới xác định được quỹ lương khoán làm giảm tác dụng đòn bẩy kinh tế.

Cần phải xây dựng chính xác các định mức trong quá trình sản xuất kinh doanh: định mức tiêu hao nguyên vật liệu, định mức chi phí, hao hụt...

+ *Điều kiện áp dụng:*

Áp dụng đối với các nhà hàng, khách sạn, công ty du lịch đã hạch toán kinh doanh độc lập và có lãi.

❖ TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Trong chương này, một số nội dung chính được giới thiệu:

- Khái niệm, đặc điểm và nội dung cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

- Hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

- Khái niệm và đặc điểm của một số cơ sở kinh doanh lưu trú và ăn uống hiện nay.

- Khái niệm và đặc điểm của lao động.

- Cách xác định năng suất lao động, các nhân tố ảnh hưởng và các biện pháp làm tăng năng suất lao động trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

❖ CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 3

1. Trình bày khái niệm, đặc điểm và nội dung cơ sở vật chất kỹ thuật trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

2. Phân tích hiệu quả sử dụng cơ sở vật chất trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

3. Trình bày khái niệm và đặc điểm một số cơ sở kinh doanh lưu trú và ăn uống hiện nay.

4. Trình bày cách xác định năng suất lao động và các nhân tố ảnh hưởng, biện pháp làm tăng năng suất lao động trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

CHƯƠNG 4. CHI PHÍ KINH DOANH VÀ HIỆU QUẢ KINH TẾ TRONG DOANH NGHIỆP NHÀ HÀNG – KHÁCH SẠN

❖ GIỚI THIỆU CHƯƠNG 4

Chương 4 là chương giới thiệu các vấn đề khái niệm, đặc điểm, phân loại chi phí kinh doanh trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn. Cách xác định tỷ suất chi phí và ý nghĩa của việc hạ thấp tỷ suất chi phí. *Các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí và biện pháp tiết kiệm chi phí trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn.*

❖ MỤC TIÊU

* Về kiến thức:

+ Ghi nhớ được khái niệm, đặc điểm, phân loại chi phí kinh doanh trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

+ Xác định được tỷ suất chi phí và ý nghĩa của việc hạ thấp tỷ suất chi phí.

+ Ghi nhớ được các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí và biện pháp tiết kiệm chi phí trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

* Về kỹ năng:

+ Nhận diện được tầm quan trọng của việc nghiên cứu chi phí kinh doanh trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

+ Xác định được tỷ suất chi phí và vận dụng được các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí và biện pháp tiết kiệm chi phí trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn vào thực tiễn.

* Về năng lực tự chủ và trách nhiệm:

+ Người học có ý thức, trách nhiệm với nghề nghiệp.

+ Chủ động nghiên cứu tài liệu, cập nhật 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 dạy tích cực (diễn giảng, vấn đáp, dạy học theo vấn đề); yêu cầu người học thực hiện câu hỏi thảo luận chương 4 (cá nhân hoặc nhóm).

- Đối với người học: chủ động đọc trước giáo trình (chương 4) trước buổi học; hoàn thành đầy đủ câu hỏi thảo luận và bài tập tình huống chương 4 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, giáo trình, 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 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.*
- **Phương pháp:**
 - + *Điểm kiểm tra thường xuyên:* không có
 - + *Kiểm tra định kỳ lý thuyết:* không có

❖ NỘI DUNG CHƯƠNG 4

4.1. Chi phí kinh doanh trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn

4.1.1. Khái niệm và ý nghĩa của chi phí kinh doanh

4.1.1.1. Khái niệm

Chi phí của doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ các hao phí về lao động sống và lao động vật hóa mà doanh nghiệp đã bỏ ra để tiến hành hoạt động kinh doanh trong một thời kỳ nhất định (tháng, quý, năm).

- Chi phí về lao động sống: Là những chi phí liên quan đến việc sử dụng yếu tố mức lao động như: chi phí tiền lương, các khoản trích theo lương (BHXH, BHYT, KPCĐ).

- Chi phí về lao động vật hóa: Là các khoản chi phí liên quan đến sử dụng tư liệu lao động, đối tượng lao động như: chi phí khấu hao TSCĐ, chi phí nguyên vật liệu.

4.1.1.2. Ý nghĩa của việc giảm chi phí kinh doanh

Trong nền kinh tế có sự tham gia của nhiều thành phần kinh tế và vận động theo cơ chế thị trường có sự quản lý của Nhà nước, các doanh nghiệp muốn tồn tại và đứng vững trong điều kiện cạnh tranh thì doanh nghiệp cần phải giảm chi phí sản xuất kinh doanh.

- Tiết kiệm chi phí là một trong những biện pháp cơ bản để doanh nghiệp có thể tăng lợi nhuận nâng cao hiệu quả kinh tế. Đó là điều kiện cơ bản để tái sản xuất mở rộng, tái sản xuất kinh doanh, nâng cao đời sống vật chất cho cán bộ công nhân viên.

- Tiết kiệm chi phí còn cho phép doanh nghiệp hạ thấp được giá thành sản phẩm để thu hút khách hàng. Vì vậy, doanh nghiệp luôn coi trọng công tác thực hành tiết kiệm chi phí.

4.1.2. Đặc điểm của chi phí kinh doanh

Ngành nhà hàng – khách sạn là ngành hoạt động mang tính chất đặc thù, vừa được coi là ngành sản xuất, vừa được coi là ngành dịch vụ. Nó phục vụ các nhu cầu về ăn, ngủ, vui chơi, tham quan, giải trí và cung cấp cho khách những thông tin, hàng hoá cần thiết.

Trong quá trình thực hiện các chức năng đó, các doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn đòi hỏi phải bỏ ra một lượng hao phí lao động nhất định và mọi chi tiêu đều biểu hiện dưới hình thái tiền tệ.

- Trong chi phí của doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn có khoản chi phí trực tiếp biểu hiện bằng tiền như: chi phí tiền lương, điện nước, vận chuyển... Nhưng có những khoản chi phí biểu hiện dưới hình thái hiện vật như hao phí về TSCĐ, vật rẻ tiền mau hỏng, hao hụt nguyên liệu hàng hoá...

- Chi phí phát sinh trong quá trình sản xuất kinh doanh nhưng nó chỉ được biểu hiện cụ thể sau khi quá trình sản xuất - kinh doanh kết thúc. Thực chất, nó chính là sự chuyển hoá của vốn ứng trước trong quá trình sản xuất - kinh doanh.

- Trong trị giá sản phẩm ăn uống thì giá trị nguyên liệu thường chiếm tỉ trọng lớn, là yếu tố quan trọng nhất quyết định chất lượng sản phẩm. Điều đó đòi hỏi phải có sự quản lý riêng trị giá nguyên liệu, thực hiện tiết kiệm chi phí trong quá trình sản xuất kinh doanh nhưng không thể thực hiện bằng việc tiết kiệm nguyên liệu đưa vào chế biến. Do đó, nếu hạch toán nguyên liệu vào chi phí sẽ không đánh giá được thực chất hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp.

- Chi phí của doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn mang tính chất phức tạp: có khoản chi phí nằm ở khâu sản xuất các sản phẩm ăn uống, có khoản chi phí nằm ở khâu lưu thông hàng hoá và có khoản chi phí nằm ở khâu phục vụ. Các khoản chi phí này có thể hình thành ở mọi nơi mọi lúc gắn liền với quá trình phục vụ khách.

Lưu ý: Để đáp ứng yêu cầu của chế độ hạch toán kinh tế, chúng ta cần xác định phạm vi của chi phí trong doanh nghiệp du lịch khách sạn. Đó là:

+ Những khoản chi nào không liên quan đến chức năng của doanh nghiệp kinh doanh du lịch khách sạn sẽ không được hạch toán vào chi phí.

+ Những khoản thiệt hại do nguyên nhân chủ quan của doanh nghiệp gây nên không được hạch toán vào chi phí như: tiền phạt, tiền bồi thường về vi phạm hợp đồng kinh tế, lãi nợ quá hạn, xe đổ...

4.1.3 Phân loại chi phí kinh doanh

4.1.3.1. Theo nghiệp vụ kinh doanh

+ Chi phí kinh doanh ăn uống: Là biểu hiện bằng tiền toàn bộ những lao động xã hội hao phí cần thiết phát sinh trong quá trình tổ chức sản xuất, lưu thông và tổ chức tiêu dùng các sản phẩm ăn uống.

+ Chi phí kinh doanh lưu trú: Là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ những hao phí lao động xã hội cần thiết để phục vụ khách lưu trú tại cơ sở kinh doanh lưu trú như nhà nghỉ, khách sạn,...

+ Chi phí kinh doanh dịch vụ khác: Là biểu hiện bằng tiền của toàn bộ những hao phí lao động xã hội cần thiết phát sinh trong quá trình phục vụ các dịch vụ như: Karaoke, massage, dancing,...

4.1.3.2. Theo nội dung kinh tế của các khoản chi phí phát sinh

+ Tiền lương trả cho người lao động

+ Chi phí dịch vụ mua ngoài: Chi phí vận chuyển, điện, nước, điện thoại,...

+ Hao phí vật tư trong kinh doanh: Khấu hao tài sản cố định, hao phí nguyên liệu, nhiên liệu,...

+ Hao hụt hàng hóa, nguyên liệu trong quá trình vận chuyển, bảo quản, chế biến và tiêu thụ.

+ Chi phí khác: Chi phí giao dịch, hội họp, tiếp khách,...

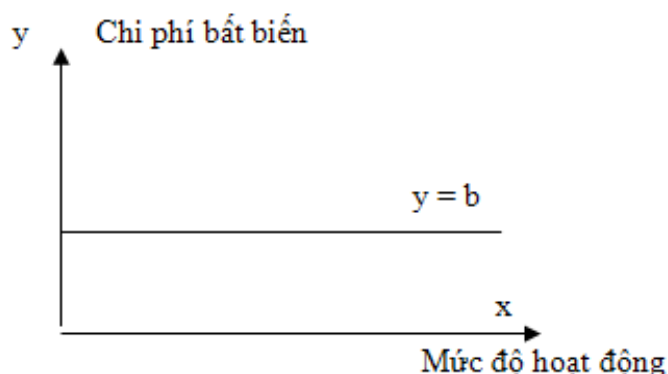
4.1.3.3. Theo tính chất biến động của chi phí

+ *Chi phí bất biến (chi phí cố định)*: là những khoản chi phí không đổi khi mức doanh thu thay đổi như: Khấu hao tài sản cố định, tiền thuê cửa hàng, tiền lương trả theo tháng của nhân viên bán hàng, quản lý doanh nghiệp,...

Chi phí bất biến là những chi phí, xét về lý thuyết, không có sự thay đổi theo các mức độ hoạt động đạt được. Vì tổng số chi phí bất biến là không thay đổi cho nên, khi mức độ hoạt động tăng thì chi phí bất biến tính theo đơn vị các mức độ hoạt động sẽ giảm và ngược lại.

Đồ thị:

Nếu ta gọi b là tổng số chi phí bất biến, thì đường biểu diễn chi phí bất biến là một đường thẳng có dạng $y = b$.



Trong các doanh nghiệp sản xuất, các loại chi phí bất biến thường gặp là chi phí khấu hao TSCĐ, chi phí tiền lương nhân viên quản lý, chi phí quảng cáo, v.v.. Chi phí bất biến còn được gọi là chi phí cố định hay định phí.

Có thể đưa ra nhận xét rằng loại chi phí chiếm tỉ trọng lớn trong chi phí bất biến ở các doanh nghiệp sản xuất là các chi phí liên quan đến cơ sở vật chất tạo ra năng lực hoạt động cơ bản của doanh nghiệp, do đó, với xu hướng tăng cường hiện đại hoá cơ sở vật chất kỹ thuật của các doanh nghiệp như hiện nay thì tỉ trọng chi phí bất biến ngày càng tăng cao trong tổng số chi phí của doanh nghiệp. Sự hiểu biết thấu đáo về quan hệ tỉ trọng chi phí khả biến và chi phí bất biến (được hiểu là kết cấu chi phí của doanh nghiệp) là có ý nghĩa rất lớn trong việc đề ra các chính sách quản trị của doanh nghiệp.

+ *Chi phí khả biến (biến phí - chi phí biến đổi)*: Là những khoản chi phí thay đổi theo sự biến động của doanh thu như: Chi phí lương khoán theo doanh số, chi phí nhiên liệu, điện năng, chi phí may, giặt đồ vải,...

Chi phí khả biến là các chi phí, xét về lý thuyết, có sự thay đổi tỉ lệ với các mức độ hoạt động. Chi phí khả biến chỉ phát sinh khi có các hoạt động xảy ra. Tổng số chi phí khả biến sẽ tăng (hoặc giảm) tương ứng với sự tăng (hoặc giảm) của mức độ hoạt động, nhưng chi phí khả biến tính theo đơn vị của mức độ hoạt động thì không thay đổi.

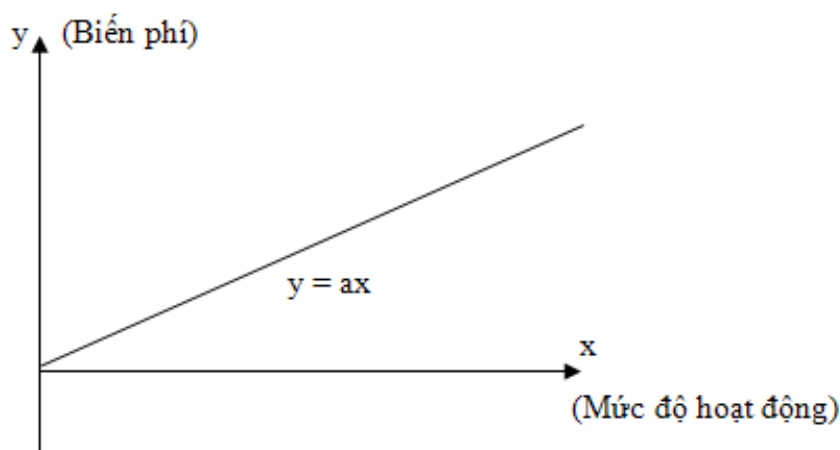
Đồ thị:

Nếu ta gọi: a: Giá trị chi phí khả biến tính theo 1 đơn vị mức độ hoạt động.

x: Biến số thể hiện mức độ hoạt động đạt được.

Ta có tổng giá trị chi phí khả biến (y) sẽ là một hàm số có dạng: $y = ax$

Đồ thị biểu diễn sự biến thiên của chi phí khả biến theo mức độ hoạt động như sau:



Trong các doanh nghiệp sản xuất, các khoản mục chi phí nguyên liệu, vật liệu trực tiếp và chi phí nhân công trực tiếp thể hiện rõ nhất đặc trưng của chi phí khả biến. Ngoài ra, chi phí khả biến còn bao gồm các chi phí khác thuộc khoản mục chi phí sản xuất chung (ví dụ, các chi phí vật liệu phụ, chi phí động lực, chi phí lao động gián tiếp trong chi phí sản xuất chung có thể là chi phí khả biến) hoặc thuộc khoản mục chi phí bán hàng và chi phí quản lý doanh nghiệp (như chi phí vật liệu, phí hoa hồng, phí vận chuyển, ...). Chi phí khả biến còn được gọi là chi phí biến đổi hoặc biến phí.

4.1.4 Tỷ suất chi phí (X_{cp})

4.1.4.1. Khái niệm, phương pháp tính và ý nghĩa X_{cp}

* *Khái niệm:*

Tỷ suất chi phí là tỷ số hoặc tỷ lệ phần trăm so sánh giữa chi phí kinh doanh và doanh thu đạt được trong một thời kỳ nhất định (tháng, quý, năm) của doanh nghiệp.

* *Phương pháp tính:*

$$X_{cp} = \frac{CP}{M} \times 100$$

Trong đó: X_{cp} : Tỷ suất chi phí

CP: Chi phí kinh doanh

M: Doanh thu

* *Ý nghĩa:*

Tỷ suất chi phí là chỉ tiêu chất lượng phản ánh trong một thời kỳ nhất định, để đạt được một trăm đồng doanh thu, doanh nghiệp cần phải bỏ ra bao nhiêu đồng chi phí. Chỉ tiêu này có thể sử dụng để so sánh giữa các thời kỳ với nhau trong doanh nghiệp hoặc giữa các doanh nghiệp ăn uống trong cùng một thời kỳ nhất định.

* *Bài tập vận dụng:*

Có tài liệu tại doanh nghiệp X kinh doanh mặt hàng ăn uống và lưu trú trong năm N như sau:

Đơn vị tính: Triệu đồng

Mặt hàng kinh doanh	Tổng mức chi phí kinh doanh	Tổng doanh thu
Ăn uống	1890	5400
Lưu trú	400	2000

Yêu cầu: Tính tỷ suất chi phí của từng mặt hàng kinh doanh và cả doanh nghiệp trong năm N. Nêu ý nghĩa kết quả tính toán.

Áp dụng công thức tính tỷ suất chi phí :

$$X_{CP} = \frac{CP}{M} \times 100$$

Ta có: - Tỷ suất chi phí mặt hàng ăn uống:

$$X_{CP} = \frac{CP}{M} \times 100 = \frac{1890}{5400} \times 100 = 35\%$$

Qua kết quả tính toán cho thấy trong năm N để thu được 100 đồng doanh thu mặt hàng ăn uống thì doanh nghiệp phải bỏ ra 35% chi phí.

- Tỷ suất chi phí mặt hàng lưu trú:

$$X_{CP} = \frac{CP}{M} \times 100 = \frac{400}{2000} \times 100 = 20\%$$

Qua kết quả tính toán cho thấy trong năm N để thu được 100 đồng doanh thu mặt hàng lưu trú thì doanh nghiệp phải bỏ ra 20% chi phí.

- Tỷ suất chi phí của toàn doanh nghiệp:

$$X_{CP} = \frac{CP}{M} \times 100 = \frac{1890 + 400}{5400 + 2000} \times 100 = 30,95\%$$

Qua kết quả tính toán cho thấy trong năm N để thu được 100 đồng doanh thu thì doanh nghiệp phải bỏ ra 30,95% chi phí.

4.1.4.2. Ý nghĩa của việc hạ thấp tỷ suất chi phí

Giảm tỷ suất chi phí trong kinh doanh sẽ tạo điều kiện tiết kiệm vốn kinh doanh và tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp.

Giảm tỷ suất chi phí cho phép giảm giá thành sản phẩm, do đó có thể giảm giá bán ra, tăng sức cạnh tranh của doanh nghiệp trên thị trường, nâng cao uy tín và lợi nhuận của doanh nghiệp.

Giảm tỷ suất chi phí mang lại hiệu quả cho doanh nghiệp vì vậy doanh nghiệp có điều kiện mở rộng quy mô kinh doanh, cải thiện điều kiện làm việc, nâng cao mức sống cho người lao động trong doanh nghiệp.

4.1.5. Các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí và biện pháp tiết kiệm chi phí trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn

4.1.5.1. Các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí kinh doanh

** Ảnh hưởng của doanh thu và cấu thành doanh thu:*

Trong chi phí nhà hàng - khách sạn có chi phí bất biến và chi phí khả biến. Khi doanh thu tăng lên, thì chi phí khả biến tăng lên nhưng chi phí bất biến lại không tăng hoặc tăng không đáng kể. Vì vậy, khi doanh thu tăng lên thì chi phí cũng tăng lên nhưng tốc độ tăng chậm hơn dẫn đến tỉ suất chi phí sẽ được hạ thấp.

Đối với cấu thành doanh thu, do tính chất kinh doanh của mỗi nghiệp vụ là khác nhau, đòi hỏi có chi phí khác nhau. Do vậy mà cấu thành doanh thu thay đổi sẽ làm cho tỉ suất chi phí của doanh nghiệp thay đổi.

** Ảnh hưởng của năng suất lao động:*

Nếu năng suất lao động tăng lên, một mặt làm tăng doanh thu hoặc tiết kiệm được lao động sống hay tiết kiệm được chi phí tiền lương. Đồng thời tăng năng suất lao động sẽ có điều kiện tăng thu nhập cho cán bộ công nhân viên. Tuy nhiên, chi phí về tiền lương phải có tốc độ tăng chậm hơn tốc độ tăng năng suất lao động, như vậy mới hợp lý và tiết kiệm được chi phí.

** Ảnh hưởng của việc đầu tư xây dựng cơ sở vật chất kỹ thuật:*

Việc đầu tư xây dựng khách sạn, các cơ sở kinh doanh, mua sắm phương tiện, các trang thiết bị, dụng cụ... trong một giai đoạn nhất định sẽ làm tăng chi phí của doanh nghiệp.

Tuy nhiên việc đầu tư hợp lý có ý nghĩa nâng cao chất lượng phục vụ sẽ thu hút được khách hàng và vì vậy sẽ phát huy được tác dụng của việc đầu tư.

** Ảnh hưởng của trình độ tổ chức quản lý trong doanh nghiệp:*

Nhân tố này ảnh hưởng trực tiếp đến chi phí của doanh nghiệp.

Nếu kết hợp các yếu tố của quá trình sản xuất kinh doanh một cách hợp lý, doanh nghiệp sẽ phát triển được sản xuất kinh doanh, tiết kiệm được chi phí tức là sử dụng có hiệu quả vật tư, lao động, tiền vốn của doanh nghiệp.

** Giá cả hàng hóa, dịch vụ.*

Nếu giá cả hàng hóa bán ra tăng (lượng hàng tiêu thụ không thay đổi) => Xcp giảm và ngược lại.

** Mức độ cạnh tranh trên thị trường*

Nếu doanh nghiệp gặp sự cạnh tranh gay gắt trên thị trường sẽ phải chi phí nhiều cho quảng cáo, khuyến mại, tiếp thị sản phẩm,... làm cho Xcp tăng lên.

** Chính sách kinh tế của Nhà nước*

Các chính sách về thuế, lãi suất... ảnh hưởng đến chi phí của doanh nghiệp và làm thay đổi Xcp

Ngoài các nhân tố nêu trên còn có nhiều nhân tố khác tác động đến chi phí của doanh nghiệp như: Sự phát triển của xã hội, nhu cầu du lịch của nhân dân...

4.1.5.2. Biện pháp tiết kiệm chi phí kinh doanh

Mở rộng quy mô kinh doanh trên cơ sở không ngừng nâng cao chất lượng phục vụ.

Không ngừng nâng cao trình độ chính trị, nghiệp vụ chuyên môn cho người lao động. Giảm chi phí sản xuất trên cơ sở tăng năng suất lao động, tổ chức lao động khoa học, sử dụng hợp lý tiền lương.

Các kế hoạch chi phí phải được xác định trên cơ sở các định mức chi phí hợp lý cho từng loại chi phí (có thể theo số tiền hoặc theo tỉ lệ chi phí) và cho từng bộ phận nghiệp vụ kinh doanh. Sử dụng tiết kiệm, hợp lý các nguyên vật liệu, nhiên liệu trong quá trình sản xuất kinh doanh giảm tỷ lệ phế liệu, phế phẩm.

Các doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn cần lập các dự toán chi phí hàng tháng cho các nghiệp vụ, bộ phận kinh doanh trong khoảng thời gian ngắn. Do đó doanh nghiệp có khả năng nắm được tình hình chi tiêu một cách sát xao và cụ thể. Từ đó có thể khai thác khả năng tiềm tàng tiết kiệm chi phí.

Giảm chi phí bảo dưỡng và sử dụng có hiệu quả máy móc thiết bị, tài sản cố định.

Tinh giảm bộ máy quản lý hợp lý => giảm chi phí quản lý doanh nghiệp.

Việc thực hành tiết kiệm phải được thực hiện ở mọi khâu, bộ phận kinh doanh trên tất cả các yếu tố của quá trình sản xuất kinh doanh (lao động, vật tư và tiền vốn).

4.1.6 Một số loại thuế.

Thuế là một khoản thu mà các doanh nghiệp có nghĩa vụ phải nộp cho nhà nước, hệ thống thuế phải có tác dụng thúc đẩy sản xuất - kinh doanh, đồng thời có nghĩa vụ đáp ứng nhu cầu chi ngân sách, thúc đẩy các doanh nghiệp tiết kiệm, tăng tích lũy, đầu tư phát triển sản xuất kinh doanh theo định hướng của nhà nước.

Từ khái niệm ta thấy:

Nhà nước không thể huy động nguồn thu bằng bất cứ giá nào.

Phải căn cứ vào khả năng đóng góp của các đối tượng nộp thuế đảm bảo lợi ích cho họ. Giải quyết hài hoà lợi ích kinh tế của nhà nước và của xã hội.

4.1.6.1. Thuế giá trị gia tăng (VAT)

** Khái niệm:*

Là thuế đánh trên phần giá trị tăng thêm của hàng hóa và dịch vụ phát sinh trong quá trình sản xuất, lưu thông đến tiêu dùng và được thu ở khâu tiêu thụ hàng hóa, dịch vụ.

Như vậy, bản chất của thuế giá trị gia tăng là một loại thuế gián thu. Các nhà sản xuất, kinh doanh và cung cấp dịch vụ là người nộp thuế nhưng người tiêu dùng mới là người chịu thuế thông qua giá cả hàng hóa dịch vụ.

** Đặc điểm:*

- Thuế giá trị gia tăng có đối tượng chịu thuế rất lớn

Mọi đối tượng tồn tại trong xã hội, kể cả cá nhân và tổ chức đều phải chi trả thu nhập của mình để thụ hưởng kết quả sản xuất kinh doanh tạo ra cho xã hội. Việc đánh thuế trên phạm vi lãnh thổ với mọi đối tượng thể hiện sự công bằng của thuế, đồng thời thể hiện thái độ của Nhà nước đối với các loại tiêu dùng xã hội. Đối với trường hợp cần khuyến khích tiêu dùng hoặc hạn chế việc trả tiền thuế của người tiêu dùng, Nhà nước sẽ không đánh thuế với mức thuế suất thấp nhất.

- Thuế giá trị gia tăng chỉ tính trên phần giá trị tăng thêm của hàng hóa dịch vụ

Thuế giá trị gia tăng chỉ đánh trên phần giá trị tăng thêm mà không phải đối với toàn bộ giá trị hàng hóa dịch vụ làm cho số thuế giá trị gia tăng áp dụng trong mỗi khâu của quá trình lưu thông không gây ra những đột biến về giá cả cho người tiêu dùng.

- Nếu dựa trên giá mua cuối cùng của hàng hóa, dịch vụ, số thuế giá trị gia tăng phải nộp không thay đổi phụ thuộc vào các giai đoạn lưu thông khác nhau

Đánh thuế ở tất cả các khâu của quá trình sản xuất, lưu thông hàng hóa trong nước, nhập khẩu và lưu thông hàng hóa nhập khẩu nhưng cơ sở xác định số thuế phải nộp chỉ là phần giá trị mới tăng thêm của khâu sau so với khâu trước, nên nếu coi giá thanh toán tính đến khi người tiêu dùng thụ hưởng hàng hóa dịch vụ đã xác định trước và không thay đổi, các phần giá trị hàng hóa, dịch vụ có có bị chia nhỏ và đánh thuế, tổng số thuế giá trị gia tăng phải nộp qua các khâu chính là số thuế cuối cùng tính trên tổng giá trị hàng hóa, dịch vụ mà người tiêu dùng phải gánh chịu.

** Phương pháp tính thuế giá trị gia tăng (2 phương pháp)*

+ Tính thuế giá trị gia tăng theo phương pháp khấu trừ thuế

(Áp dụng đối với cơ sở kinh doanh thực hiện đầy đủ chế độ kế toán, hóa đơn, chứng từ theo quy định của pháp luật về kế toán, hóa đơn, chứng từ và đăng ký nộp thuế theo phương pháp khấu trừ thuế).

Số thuế GTGT phải nộp = Số thuế GTGT đầu ra - Số thuế GTGT đầu vào được khấu trừ

Trong đó:

$$\text{Số thuế GTGT đầu ra} = \frac{\text{Giá tính thuế của hàng hóa, dịch vụ chịu thuế suất bán ra}}{\text{ra}} \times \text{Thuế suất GTGT của hàng hóa, dịch vụ}$$

$$\text{Số thuế GTGT đầu vào được khấu trừ} = \text{Tổng số thuế GTGT của hàng hóa, dịch vụ mua vào ghi trên hóa đơn GTGT}$$

+ Tính thuế GTGT theo phương pháp trực tiếp

(Áp dụng đối với cá nhân, tổ chức, hộ kinh doanh không thực hiện hoặc thực hiện không đầy đủ chế độ kế toán, hóa đơn, chứng từ theo quy định của pháp luật và một số cơ sở kinh doanh khác theo quy định của pháp luật (như cơ sở mua bán vàng, bạc, đá quý,...))

$$\text{- Số thuế GTGT phải nộp} = \text{GTGT của hàng hóa, dịch vụ chịu thuế bán ra} \times \text{Thuế suất áp dụng đối với hàng hóa đó}$$

$$\text{- GTGT của hàng hóa dịch vụ} = \text{Giá thanh toán củ hàng hóa, dịch vụ bán ra} - \text{Giá thanh toán của hàng hóa, dịch vụ mua vào}$$

4.1.6.2. Thuế thu nhập doanh nghiệp

* *Khái niệm:* Là loại thuế trực thu tính trên thu nhập hàng năm của doanh nghiệp.

* *Đối tượng nộp thuế*

Các tổ chức có hoạt động sản xuất kinh doanh ở Việt Nam, tổ chức nước ngoài có thu nhập phát sinh tại Việt Nam.

* *Phương pháp tính thuế*

$$\text{Thuế TNDN} = \text{Thu nhập chịu thuế} \times \text{Thuế suất thuế TNDN}$$

$$\text{Thu nhập chịu thuế} = \text{Thu nhập chịu thuế từ hoạt động SXKD} + \text{Thu nhập chịu thuế từ hoạt động khác}$$

$$\text{Thu nhập chịu thuế từ hoạt động SXKD} = \text{Doanh thu từ hoạt động SXKD} - \text{Chi phí hợp lý của hoạt động SXKD}$$

Thu nhập chịu thuế khác: bao gồm thu nhập từ chênh lệch mua, bán chứng khoán, lãi từ chuyển nhượng, cho thuê, thanh lý tài sản, tiền gửi,...

Thuế suất thuế TNDN

Những doanh nghiệp có doanh thu năm trước < 20 tỷ: thuế suất 20%

Những doanh nghiệp có doanh thu năm trước > 20 tỷ: thuế suất 22%

(Từ ngày 01/01/2016 sẽ áp dụng thuế suất 20%)

* Ví dụ:

Theo số liệu trên sổ sách và chứng từ quý I/ 2015 của Công ty A phát sinh các nghiệp vụ sau:

- Doanh thu từ hoạt động bán hàng, dịch vụ là 800 Trđ
- Trả lương cho công nhân viên là: 150 Trđ và các khoản trích theo lương như: bảo hiểm,...: 30 Trđ
- Lãi nhận được từ tiền gửi tài khoản ngân hàng: 1 Trđ
- Nộp tiền thuế GTGT quý I/2015 số tiền: 10 Trđ
- Chi phí bán hàng: 100 Trđ
- Chi phí quản lý doanh nghiệp: 120 Trđ

Yêu cầu: Tính thuế TNDN tạm nộp quý I/2015 của Công ty A. Biết rằng doanh thu 2014 < 20 tỷ.

Bài giải:

- Doanh thu chịu thuế TNDN là: 800 Trđ
 - Thu nhập khác là 1 Trđ
 - Chi phí được trừ khi tính thuế TNDN là:
 $150 \text{ Trđ} + 30 \text{ Trđ} + 100 \text{ Trđ} + 120 \text{ Trđ} = 400 \text{ Trđ}$
- => Thu nhập chịu thuế TNDN là:
 $(800 - 400) + 1 = 401 \text{ Trđ}$
- => Thuế TNDN phải tạm nộp quý I/2015 là:
 $401 \times 20\% = 80,2 \text{ Trđ}$

4.1.6.3. Thuế tiêu thụ đặc biệt

Nhằm hướng dẫn sản xuất tiêu dùng của xã hội, điều tiết thuế thu nhập của người tiêu dùng cho ngân sách nhà nước một cách hợp lý, tăng cường quản lý sản xuất kinh doanh đối với một số loại hàng hoá, dịch vụ.

Các tổ chức, cá nhân, cơ sở sản xuất nhập khẩu hàng hoá và kinh doanh dịch vụ thuộc đối tượng chịu thuế tiêu thụ đặc biệt là đối tượng phải nộp thuế tiêu thụ đặc biệt.

Căn cứ tính thuế tiêu thụ đặc biệt là giá tính thuế của hàng hoá, dịch vụ chịu thuế và thuế suất. Giá tính thuế tiêu thụ đặc biệt đối với hàng hoá, dịch vụ bao gồm cả khoản thu thêm mà cơ sở được hưởng.

Thuế suất tiêu thụ đặc biệt đối với hàng hoá, dịch vụ được quy định theo biểu thuế tiêu thụ đặc biệt.

Ví dụ: Kinh doanh vũ trường, massage, karaoke có thuế suất là 20%.

Kinh doanh Casino có thuế suất là 25%.

4.2. Hiệu quả kinh tế trong doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng – khách sạn

4.2.1. Nội dung kinh tế - xã hội của hiệu quả trong kinh doanh nhà hàng – khách sạn

4.2.1.1. Khái niệm hiệu quả, hiệu quả kinh tế, hiệu quả xã hội

Trong kinh doanh nói riêng và trong các hoạt động kinh tế nói chung, các doanh nghiệp đều lấy hiệu quả kinh tế làm mục tiêu, vì vậy trong quá trình hoạt động, các doanh nghiệp phải tính đến hiệu quả ngay từ chiến lược và phương án kinh doanh, cũng như những diễn biến phức tạp của thị trường, mới có thể tồn tại và phát triển trong xu thế cạnh tranh ngày càng khó khăn, khắc nghiệt. Nói cách khác, vấn đề hiệu quả là mối quan tâm hàng đầu của toàn xã hội và là yêu cầu sống còn cho một doanh nghiệp.

** Khái niệm hiệu quả*

Hiệu theo cách chung nhất, hiệu quả là một chỉ tiêu phản ánh trình độ sử dụng các yếu tố cần thiết tham gia trong mọi hoạt động theo mục đích nhất định của con người. Về cơ bản, hiệu quả được phản ánh trên hai mặt. Hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội, trong đó hiệu quả kinh tế được quan tâm nhiều hơn và có ý nghĩa quyết định đến hiệu quả xã hội.

** Khái niệm hiệu quả kinh tế*

Hiệu quả kinh tế là một phạm trù phản ánh trình độ sử dụng lao động xã hội gồm lao động sống và lao động vật hóa (hoặc các nguồn nhân lực, nguồn lực, vật lực, tài lực) để đạt hiệu quả kinh tế cao với chi phí lao động xã hội ít nhất.

** Khái niệm hiệu quả xã hội*

Hiệu quả xã hội phản ánh mức độ ảnh hưởng của các kết quả đạt được đến môi trường và xã hội. Thực chất là sự tác động tích cực (hoặc tiêu cực) do các hoạt động của con người trong đó có hoạt động kinh tế với xã hội, cụ thể là năng xuất lao động xã hội được tăng lên, giải quyết việc làm và ảnh hưởng đến bảo vệ môi trường.

Tóm lại hiệu quả kinh tế và hiệu quả xã hội là hai mặt vừa thống nhất, vừa đối lập, chúng có mối quan hệ mật thiết, hữu cơ với nhau, do đó khi tiến hành hoạt động sản xuất kinh doanh cần phải chú trọng tới cả hai mặt của phạm trù hiệu quả.

4.2.1.2. Hiệu quả kinh tế trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn

** Khái niệm*

Đối với các doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng – khách sạn, hiệu quả kinh tế được đặt lên hàng đầu. Bởi lẽ hiệu quả kinh tế là tiền đề vật chất của hiệu quả xã hội, nên kinh tế sẽ không đạt được hiệu quả xã hội nếu các doanh nghiệp không đạt được hiệu quả kinh tế ở mức độ nhất định.

Hiệu quả kinh tế trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn là chỉ tiêu phản ánh trình độ sử dụng các yếu tố tham gia vào quá trình kinh doanh của doanh nghiệp để đạt được lợi ích kinh tế cao nhất sau khi đã bù đắp được các khoản chi phí trong quá trình kinh doanh.

Trong quá trình kinh doanh, sau khi đã bù đắp các khoản hao phí cần thiết, phần còn lại chính là hiệu quả kinh tế, được phản ánh theo công thức sau: Hiệu quả = kết quả - chi phí.

Mối quan hệ trên biểu hiện cụ thể về quy mô (khối lượng), hiệu quả trong hoạt động kinh doanh, chỉ tiêu này chưa đánh giá được trình độ sử dụng yếu tố chi phí trong quá trình kinh doanh.

Do vậy, trong đánh giá hiệu quả người ta thường sử dụng mối quan hệ:

$$\text{Hiệu quả} = \frac{\text{Kết quả}}{\text{Chi phí}}$$

Mối quan hệ này phản ánh đúng bản chất của hiệu quả kinh tế, biểu hiện trình độ sử dụng các yếu tố chi phí, chỉ tiêu này dùng để so sánh hiệu quả giữa các thời kỳ hoặc giữa các đơn vị với nhau. Mối quan hệ trên phản ánh kết quả kinh doanh càng nhiều với chi phí bỏ ra càng ít thì hiệu quả kinh tế càng cao.

Kết quả đạt được trong doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng - khách sạn là doanh thu, thu nhập hoặc lợi nhuận. Chỉ tiêu chi phí được xác định bao gồm toàn bộ những chi phí kinh doanh hoặc từng loại hao phí trong doanh nghiệp tùy thuộc vào mục đích, yêu cầu và đối tượng phân tích.

** Ý nghĩa nâng cao hiệu quả kinh tế trong DN kinh doanh nhà hàng – khách sạn:*

Các nhà doanh nghiệp đặt hiệu quả kinh tế lên hàng đầu, bởi lẽ có hiệu quả kinh tế mới có hiệu quả xã hội. Nên kinh tế sẽ không đạt được hiệu quả xã hội chừng nào các doanh nghiệp không đạt được hiệu quả kinh tế ở mức độ nào đó. Mỗi doanh nghiệp là một tế bào hoạt động kinh tế của xã hội, vì vậy doanh nghiệp mạnh mẽ sẽ góp phần làm xã hội phát triển. Trong xã hội có nền kinh tế phát triển là điều kiện để cải thiện môi trường, nâng cao văn minh xã hội.

Hiệu quả kinh tế trong từng doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng - khách sạn tăng là tiền đề nâng cao hiệu quả kinh tế - xã hội.

Thúc đẩy sự đổi mới và phát triển nhiều ngành kinh tế khác, tạo việc làm cho người lao động, mở rộng giao lưu văn hóa, xã hội giữa các vùng trong nước, giữa nước ta với các nước trong khu vực và quốc tế, tăng cường tình hữu nghị, hòa bình và sự hiểu biết giữa các dân tộc.

Nâng cao hiệu quả kinh tế ở các doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng - khách sạn là phương tiện để tận dụng tiềm năng, thế mạnh nhằm phát triển chiếm lĩnh thị trường, tái sản xuất mở rộng theo chiều sâu, nâng cao đời sống cho thành viên trong doanh nghiệp.

Khi hiệu quả kinh tế tăng có nghĩa lợi nhuận của doanh nghiệp tăng lên, đây là điều kiện để các quỹ xí nghiệp tăng (quỹ khuyến khích phát triển sản xuất kinh doanh, quỹ phúc lợi và quỹ khen thưởng). Góp phần mở rộng đầu tư và tái đầu tư cho doanh nghiệp mà không ngừng nâng cao đời sống cho người lao động.

Hiệu quả kinh tế là động lực cơ bản của sức mạnh cạnh tranh cho doanh nghiệp. Hiệu quả kinh tế với tư cách là thước đo tổng hợp số lượng và chất lượng hoạt động doanh nghiệp, với những doanh nghiệp trong quá trình hoạt động luôn mang lại hiệu quả, nhờ đó quy mô ngày càng lớn, mở rộng thị trường, có sức cạnh tranh cao, ngược lại với những doanh nghiệp trong quá trình hoạt động kém hiệu quả dẫn tới thu hẹp quy mô dần dần sẽ không đủ sức cạnh tranh đi đến thất bại.

4.2.2. Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn

4.2.2.1. Sự cần thiết phải đánh giá hiệu quả kinh tế trong doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng - khách sạn

Đánh giá hiệu quả kinh tế trong doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng - khách sạn nhằm mục đích nhận thức và đánh giá đúng đắn hiệu quả kinh tế trong quá trình kinh doanh của doanh nghiệp. Qua đó thấy được trình độ quản lý kinh doanh của doanh nghiệp cũng như đánh giá được chất lượng của phương án kinh doanh mà doanh nghiệp đề ra. Thông qua đó phát hiện những ưu điểm cần phát huy và những hạn chế, tìm ra những nguyên nhân để từ đó đưa ra những phương hướng, biện pháp nhằm sử dụng tối ưu các nguồn lực.

4.2.2.2. Yêu cầu đối với hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế

Để đánh giá hiệu quả kinh tế trong doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng - khách sạn một cách toàn diện, cần phải dùng hệ thống các chỉ tiêu đảm bảo những yêu cầu sau:

Thứ nhất: Phải có các chỉ tiêu đánh giá tổng hợp, phản ánh chung tình hình sản xuất kinh doanh. Các chỉ tiêu bộ phận phản ánh hiệu quả kinh doanh từng mặt, từng khâu như lao động, vốn phí... Các chỉ tiêu bộ phận là cơ sở tìm ra mặt mạnh, mặt yếu trong quá trình sử dụng từng yếu tố.

Thứ hai: Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá phải đảm bảo tính hệ thống và toàn diện, nghĩa là phải phản ánh hiệu quả kinh tế của toàn bộ quá trình sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp.

Thứ ba: Hệ thống chỉ tiêu phải hình thành trên cơ sở những nguyên tắc chung của hiệu quả.

- Phải phản ánh được trình độ sử dụng lao động sống và lao động vật hóa thông qua việc so sánh kết quả và chi phí.

- Các chỉ tiêu kết quả và chi phí phải phản ánh chính xác, có cơ sở khoa học mới có khả năng đo lường được và khi đó có thể so sánh, tính toán được.

Thứ tư: Các chỉ tiêu hiệu quả phải có sự liên hệ, so sánh với nhau, có phương pháp tính toán cụ thể, thống nhất, các chỉ tiêu phải có phạm vi áp dụng nhất định, phục vụ từng mục đích nhất định của công tác đánh giá.

Thứ năm: Hệ thống các chỉ tiêu phải bảo đảm được tính đặc thù của ngành nhà hàng – khách sạn trong tất cả các khâu nghiệp vụ mang tính chất nghiệp vụ như kinh doanh ăn uống,

4.2.2.3. Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế trong doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng – khách sạn

Hệ thống các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế phản ánh tổng quát hiệu quả kinh tế của toàn bộ quá trình sử dụng các nguồn lực trong sản xuất kinh doanh của doanh nghiệp, hệ thống chỉ tiêu đó bao gồm:

* *Các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế tổng hợp:*

Chỉ tiêu hiệu quả kinh tế tổng hợp giúp ta phân tích đánh giá đúng đắn và chính xác tất cả các mặt trong quá trình kinh doanh.

+ *Chỉ tiêu lợi nhuận (lãi):* Là khoản chênh lệch giữa tổng doanh thu và tổng chi phí bỏ ra để đạt được doanh thu đó. Chỉ tiêu lợi nhuận (lãi) được tính theo công thức:

$$L = D - M_v - F - T_b$$

Trong đó: L: lợi nhuận

D: Tổng doanh thu trong kỳ

M_v : Trị giá vốn nguyên vật liệu, hàng hóa chế biến ăn uống hoặc hàng hóa chuyển bán

F: Tổng chi phí trong kỳ

T_b : Thuế ở khâu bán

Chỉ tiêu lợi nhuận càng cao, càng tốt. Đó là nguồn thu để mở rộng kinh doanh nâng cao chất lượng phục vụ, là cơ sở để cải thiện đời sống vật chất cho cán bộ công nhân trong doanh nghiệp, là thước đo khả năng cạnh tranh.

+ *Chỉ tiêu kết quả:*

$$H = \frac{D}{D_v}$$

Hoặc:

$$H = \frac{L}{D_v}$$

Trong đó: H : Chỉ tiêu kết quả

D : Tổng doanh thu

L: Lợi nhuận

$D_v : (= M_v + F)$ là nguồn lực được sử dụng trong kỳ.

Hai chỉ tiêu trên phản ánh việc sử dụng các nguồn lực trong sản xuất kinh doanh đã đạt được kết quả về mức doanh thu hoặc lợi nhuận của doanh nghiệp.

+ *Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận:*

$$K_L = \frac{\sum L}{\sum D} \times 100$$

Trong đó: K_L : Tỷ suất lợi nhuận

L: Lợi nhuận

D: Doanh thu

Đây là chỉ tiêu chất lượng phản ánh quá trình kinh doanh của các doanh nghiệp. Tỷ suất lợi nhuận càng cao, chất lượng kinh doanh của doanh nghiệp càng tốt.

Chỉ tiêu trên cho ta thấy cứ 100đ doanh thu thì có bao nhiêu đồng lợi nhuận.

Ví dụ: Có tài liệu về tình hình kinh doanh tại doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn X qua 2 năm như sau: *Đơn vị: Tỷ đồng*

Chi tiêu \ Năm	Doanh thu	Trị giá vốn nguyên liệu hàng hoá	Chi phí	Thuế ở khâu bán
N	5	0,8	2,2	0,5
N+1	6	0,9	2,9	0,6

Yêu cầu: Hãy tính các chỉ tiêu để đánh giá hiệu quả kinh tế tổng hợp của doanh nghiệp X qua 2 năm N và N+1.

Cánh tính các chỉ tiêu hiệu quả như sau:

- Chỉ tiêu lợi nhuận:

$$L(\text{năm } N) = 5 - 0,8 - 2,2 - 0,5 = 1,5 \text{ (tỷ đồng)}$$

$$L(\text{năm } N+1) = 6 - 0,9 - 2,9 - 0,6 = 1,6 \text{ (tỷ đồng)}$$

- Chỉ tiêu kết quả:

$$H_N = \frac{5}{0,8 + 2,2} = 1,667 \text{ (lần)}$$

$$H_{N+1} = \frac{6}{0,9 + 2,9} = 1,57 \text{ (lần)}$$

- Chỉ tiêu tỷ suất lợi nhuận:

$$K_{LN} = \frac{1,5}{5} \times 100 = 30\%$$

$$K_{LN+1} = \frac{1,6}{6} \times 100 = 26,67\%$$

Các chỉ tiêu trên được tổng hợp vào bảng như sau:

Chỉ tiêu Năm	L (Tỷ đồng)	H (Lần)	K_L (%)
N	1,5	1,66	30
N+1	1,6	1,57	26,7

Nhận xét: Nhìn vào số liệu trong bảng ta thấy:

Năm N: Có doanh thu 5 tỷ đồng lãi 1,5 tỷ đồng

Năm N+1: Có doanh thu 6 tỷ đồng, lãi 1,6 tỷ đồng.

Mặc dù doanh thu N+1 lớn hơn doanh thu N là 1 tỷ đồng và lợi nhuận năm N+1 lớn hơn năm N là 100 triệu đồng, nhưng hiệu quả của năm N là 1,66 lớn hơn hiệu quả năm N+1 là 0,09. Điều này cho thấy: Năm N cứ bỏ ra 1 đồng chi phí thu được 1,66 đồng doanh thu. Năm N+1 cứ bỏ ra 1 đồng chi phí thu được 1,57 đồng doanh thu.

Tỷ suất lợi nhuận năm N là 30% lớn hơn tỷ suất lợi nhuận năm N+1 là 26,7%. Nghĩa là cứ có 100 đồng doanh thu thì năm N thu được 30 đồng lợi nhuận và năm N+1 thu được 26,7 đồng lợi nhuận.

Như vậy, nếu không có lý do khách quan nào thì hiệu quả kinh doanh của doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng - khách sạn trên năm N tốt hơn năm N+1.

Bên cạnh việc đánh giá tổng hợp, ta cần đánh giá hiệu quả kinh tế của từng nghiệp vụ, bộ phận kinh tế để thấy được mặt mạnh, mặt yếu từ đó tìm ra các nguyên nhân, giúp cho việc quản lý, điều hành và xây dựng kế hoạch cho các năm tới ngày càng tốt hơn.

* Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả kinh tế trong doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng - khách sạn

+ Các chỉ tiêu đánh giá hiệu quả lao động

Lao động trong ngành nhà hàng - khách sạn đòi hỏi làm việc tự giác và linh hoạt, vì vậy quản lý lao động nhằm nâng cao năng suất lao động, kích thích khả năng sáng tạo trong lao động của người lao động là nhân tố có tính quyết định đến kết quả kinh doanh. Sau đây là các chỉ tiêu về lao động:

- *Chỉ tiêu năng suất lao động*: Năng suất lao động trong kinh doanh nhà hàng - khách sạn là mức doanh thu bình quân của một nhân viên nhà hàng - khách sạn trong một thời gian nhất định.

Công thức:

$$\bar{w} = \frac{D}{\bar{T}}$$

Trong đó: \bar{w} : Năng suất lao động bình quân 1 lao động

D: Doanh thu trong kỳ

\bar{T} : Số lao động bình quân

Chỉ tiêu phản ánh cứ một lao động tham gia vào sản xuất trong kỳ thì thu được bao nhiêu đồng doanh thu.

Tăng năng suất lao động trong nhà hàng - khách sạn là tăng mức doanh thu bình quân của một nhân viên nhà hàng - khách sạn hoặc giảm thời gian hao phí lao động trên một đơn vị doanh thu của một nhân viên nhà hàng - khách sạn.

- *Chỉ tiêu mức thu nhập hoặc mức lợi nhuận bình quân của một lao động trong kỳ (f)*

Công thức:

$$f = \frac{F}{\bar{T}} \quad \text{Hoặc} \quad f = \frac{L}{\bar{T}}$$

Trong đó: f: *Mức thu nhập hoặc mức lợi nhuận bình quân của một lao động trong kỳ.*

F: Tổng thu nhập trong kỳ

L: Lợi nhuận trong kỳ

\bar{T} : Số lao động bình quân trong kỳ

Qua các chỉ tiêu trên cho thấy năng suất lao động bình quân, thu nhập hoặc lợi nhuận càng cao thì hiệu quả sử dụng nguồn lực càng lớn.

- *Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng chi phí tiền lương*

Công thức:

$$H_F = \frac{D}{F} \quad \text{Hoặc} \quad H_F = \frac{L}{F}$$

Trong đó: H_F : Hiệu quả sử dụng chi phí tiền lương

F: Tổng quỹ tiền lương trong kỳ

L: Lợi nhuận trong kỳ

D: Doanh thu trong kỳ

Hai chỉ tiêu này phản ánh đơn vị bỏ ra một đồng chi phí tiền lương trong kỳ, thì đạt bao nhiêu đồng doanh thu, bao nhiêu đồng thu nhập hoặc lợi nhuận.

Ví dụ: Có tài liệu về tình hình kinh doanh tại doanh nghiệp X qua 2 năm như sau:

STT	Chỉ tiêu	Năm N	Năm N+1
1	Tổng doanh thu (triệu đồng)	2000	2200
2	Số lao động bình quân (người)	100	105
3	Tổng lợi nhuận (triệu đồng)	800	945
4	Tổng quỹ lương khoán (triệu đồng)	720	780

Yêu cầu: Phân tích hiệu quả sử dụng lao động, thu nhập, tiền lương của một doanh nghiệp

Để đánh giá được hiệu quả sử dụng lao động sống ta cần tính các chỉ tiêu sau:

- Chỉ tiêu năng suất lao động, áp dụng công thức: $\bar{w} = \frac{D}{T}$

Ta có: $\bar{w}_N = 20$ (Triệu đồng/người)

$\bar{w}_{N+1} = 20,95$ (Triệu đồng/người)

- Chỉ tiêu mức lợi nhuận bình quân của một lao động tính theo CT: $f = \frac{L}{T}$

Ta có: $f_N = 8$ (Triệu đồng/người)

$f_{N+1} = 9$ (Triệu đồng/người)

- Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng chi phí tiền lương tính theo công thức sau:

$$H_F = \frac{D}{F}$$

Ta có: $H_{F(N)} = 2,78$ và $H_{F(N+1)} = 2,82$

Hoặc ta có thể tính chỉ tiêu hiệu quả sử dụng chi phí tiền lương theo công thức: $H_F = \frac{L}{F}$

Ta có: $H_{F(N)} = 1,11$ và $H_{F(N+1)} = 1,21$

Tổng hợp kết quả vào bảng ta có:

<i>STT</i>	<i>Chỉ tiêu</i>	<i>Năm N</i>	<i>Năm N+1</i>
1	Năng suất lao động (tr.đ/người)	20	20,95
2	Lợi nhuận bình quân 1 lao động (triệu đồng/người)	8	9
3	Hiệu quả sử dụng chi phí tiền lương:		
	+ So với doanh thu	2,78	2,82
	+ So với lợi nhuận	1,11	1,21

Nhận xét: Nhìn vào số liệu trong bảng ta thấy:

Năng suất lao động năm N+1 tăng hơn năm N là 0,95 tr.đ/người-năm.

Như vậy năm N+1 năng suất lao động so với năm N đạt 104,75% (20,94tr.đ X 100) tăng 4,75%.

Chỉ tiêu lợi nhuận bình quân năm N+1 tăng hơn năm N là 1 tr.đ/người-năm tương ứng 12,5%. Như vậy do năng suất lao động tăng lên nên đã làm tăng lợi nhuận, mặc dù số lao động tăng thêm 5 người.

Xét về hiệu quả sử dụng chi phí tiền lương ta thấy:

Năm N cứ 1 đồng chi phí tiền lương thì có 2,78đ doanh thu hay 1,11 đ lợi nhuận.

Năm N+1 cứ 1 đồng chi phí tiền lương thì có được 2,82đ doanh thu hay 1,21đ lợi nhuận.

So sánh hiệu quả kinh doanh giữa 2 năm của doanh nghiệp trên ta thấy năm N+1 đã đem lại hiệu quả cao hơn.

- Ngoài các chỉ tiêu trên, người ta còn sử dụng chỉ tiêu thời gian

Thời gian làm việc thực tế

Mức sử dụng thời gian làm việc (K) = _____

Thời gian làm việc quy định

K là hệ số sử dụng thời gian làm việc, chỉ số này để định hướng đúng cho việc tổ chức lao động của từng loại cán bộ công nhân viên, từng bộ phận nghiệp vụ để tận dụng được thời gian lao động.

Trong quá trình đánh giá, chúng ta cần phải đánh giá hiệu quả lao động từng quây, tổ, bộ phận kinh doanh trong doanh nghiệp.

Do đặc thù của ngành nhà hàng - khách sạn có tính thời vụ trong năm, vì vậy cần xác định hiệu quả sử dụng lao động sống ở từng thời gian trong năm (theo mùa hoặc quý) để phục vụ cho việc bố trí, tuyển dụng lao động của doanh nghiệp.

+ *Chỉ tiêu đánh giá hiệu quả sử dụng chi phí:*

Chi phí trong các doanh nghiệp kinh doanh nhà hàng – khách sạn là toàn bộ những hao phí lao động xã hội cần thiết (bao gồm lao động sống và lao động vật hoá) phục vụ cho quá trình sản xuất kinh doanh (ở đây không bao gồm giá trị nguyên liệu, hàng hoá) được biểu hiện bằng tiền.

Chỉ tiêu hiệu quả sử dụng chi phí:

Công thức: $H_{CP} = \frac{D}{CP}$ Hoặc $H_{CP} = \frac{L}{CP}$

Trong đó: H_{CP} : Hiệu quả sử dụng chi phí

D : Doanh thu trong kỳ

F : Tổng chi phí trong kỳ

L : Lợi nhuận trong kỳ

Các chỉ tiêu trên phản ánh trong một thời kỳ nhất định, đơn vị bỏ ra một đồng chi phí thì thu được bao nhiêu đồng doanh thu hoặc bao nhiêu đồng lợi nhuận?

Ví dụ: Có tài liệu tại doanh nghiệp X qua 2 năm như sau:

STT	Chỉ tiêu	Năm N (Triệu đồng)	Năm N+1 (Triệu đồng)	Mức độ tăng (%)
1	Tổng doanh thu	4.500	5.000	+11
2	Tổng chi phí	1.650	1.900	+15,2
3	Thuế	450	500	
4	Lợi nhuận	2.400	2.600	+4

Yêu cầu: Phân tích hiệu quả sử dụng chi phí của một doanh nghiệp qua 2 năm N và N+1.

Chú ý: Cách tính lợi nhuận như sau:

$$L = \text{doanh thu} - \text{tổng chi phí} - \text{thuế.}$$

Nhìn vào số liệu trên ta thấy năm N+1 có doanh thu 5.000tr.đ (5tỷ đ) lớn hơn doanh thu năm N là 500tr.đ và lợi nhuận năm N+1 lớn hơn năm N là 200tr.đ, nhưng muốn đánh giá được hiệu quả sử dụng chi phí ta cần tính hiệu quả sử dụng chi phí theo công thức sau:

$$H_{CP} = \frac{D}{CP}$$

Ta có:
$$H_{CP(N)} = \frac{D}{CP} = \frac{4500}{1650} = 2,72$$

$$H_{CP(N+1)} = \frac{D}{CP} = \frac{5000}{1900} = 2,63$$

Như vậy năm N cứ bỏ ra 1 đồng chi phí thì doanh nghiệp thu được 2,27đ doanh thu. Năm N+1 cứ bỏ ra 1 đồng chi phí thì doanh nghiệp thu được 2,63đ doanh thu, vậy năm N có hiệu quả chi phí tốt hơn năm N+1 là 0,9 (=2,72 - 2,63).

Nếu so sánh chi phí bỏ ra với lợi nhuận thu được của doanh nghiệp ta tính hiệu quả theo công thức:

$$H_{CP} = \frac{L}{CP}$$

Ta có:
$$H_{CP(N)} = \frac{L}{CP} = \frac{2400}{1650} = 1,45$$

$$H_{CP(N+1)} = \frac{L}{CP} = \frac{2600}{1900} = 1,37$$

Như vậy năm N cứ bỏ ra 1 đồng chi phí thì doanh nghiệp thu được 1,45đ lợi nhuận.

Năm N+1 cứ bỏ ra 1 đồng chi phí thì doanh nghiệp thu được 1,37đ lợi nhuận.

Nhìn vào hiệu quả sử dụng chi phí so với doanh thu và lợi nhuận ta thấy năm N sử dụng chi phí tốt hơn so với năm N+1 vì cứ 1 đồng chi phí bỏ ra năm N lãi cao hơn năm N+1 là 0,08đ lợi nhuận (=1,45-1,37).

Nếu xét về mức độ tăng thì chi phí tăng 15,2% trong khi đó mức độ tăng của lãi là 4% và doanh thu là 11% giữa năm N+1 với năm N, như vậy mức độ tăng của doanh thu chậm hơn chi phí là 4,2% (= 15,2% - 11%), còn lợi nhuận chậm hơn mức độ tăng chi phí là 11,2% (=15,2% - 4%). Điều này thể hiện trình độ sử dụng và quản lý chi phí năm N+1 giảm sút so với năm N. Doanh nghiệp cần phải tìm ra nguyên nhân cụ thể làm tăng chi phí năm N+1, để có biện pháp nâng cao hiệu quả sử dụng chi phí cho những năm sau.

4.2.3. Các nhân tố ảnh hưởng và biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn

4.2.3.1. Các nhân tố ảnh hưởng

* Các nhân tố khách quan:

+ Giá cả:

Giá cả là nhân tố khách quan ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh tế của doanh nghiệp, nó tác động đến doanh thu bán hàng hoá, dịch vụ và tác động đến đầu vào là giá trị vốn nguyên liệu hàng hoá và chi phí để tạo ra kết quả đó.

Giá cả ngoại tệ là một yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế, giá cả ngoại tệ tăng hoặc giảm đều có ảnh hưởng đến tiền tệ trong nước, do đó ảnh hưởng đến giá cả hàng hoá và dịch vụ, nguyên liệu ...

Để đánh giá đúng thực chất hiệu quả kinh tế hoạt động kinh doanh, cần phải loại trừ sự ảnh hưởng của yếu tố giá cả.

+ *Chế độ chính sách của nhà nước:*

Chính sách khuyến khích phát triển du lịch có tác động mạnh mẽ đến ngành du lịch khách sạn, nhờ đó ngành du lịch - khách sạn sẽ được đầu tư và hoạt động có hiệu quả.

Các chế độ về thuế, lãi suất ngân hàng, chính sách đầu tư... có ảnh hưởng trực tiếp đến hoạt động của doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn. Nếu chế độ chính sách phù hợp sẽ tạo môi trường tốt cho các doanh nghiệp hoạt động có hiệu quả và ngược lại.

+ *Sự phát triển nền sản xuất xã hội và môi trường kinh doanh:*

Nền kinh tế của mỗi nước phát triển là điều kiện có thu nhập quốc dân tăng, tạo ra nhiều điều kiện phát triển nhà hàng - khách sạn (cho cả cung và cầu nhà hàng - khách sạn). Nền sản xuất phát triển là điều kiện nâng cao cơ sở hạ tầng, cung cấp cho ngành nhà hàng khách sạn những phương tiện, tiện nghi, trang thiết bị phục vụ và đầu tư ngày càng hiện đại. Điều này có ý nghĩa nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường quốc tế.

+ *Tính thời vụ:*

Do điều kiện khí hậu, điều kiện tự nhiên, vị trí địa lý tạo ra các mùa kinh doanh khác nhau, do vậy đến mùa du lịch tăng cường độ khách du lịch, đòi hỏi các doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn phải đầu tư, tăng lao động, tăng chi phí để đáp ứng nhu cầu khách du lịch, vì thế hiệu quả trong các ngày mùa thường là cao, ngược lại hết mùa vụ, nhu cầu khách du lịch giảm, do đó doanh thu của các doanh nghiệp nhà hàng - khách sạn giảm, hiệu quả kinh doanh ngoài vụ giảm sút.

Để khắc phục yếu tố thời vụ, các nhà doanh nghiệp nên tìm phương hướng đầu tư vào mùa vụ, ngoài mùa vụ cho thích hợp để kéo dài mùa vụ hoặc giảm ngắn "mùa chết", hạn chế những chi phí, nâng cao hiệu quả kinh tế.

* *Nhân tố chủ quan:*

Các nhân tố chủ quan thuộc về phạm vi doanh nghiệp như:

+ *Trình độ nghiệp vụ của đội ngũ cán bộ công nhân viên.*

Đối với đội ngũ lãnh đạo có trình độ luôn tìm ra được phương án tốt, xử lý các tình huống kinh doanh kịp thời giảm bớt thiệt hại không đáng có, tổ chức lao động nhịp nhàng sẽ nâng cao hiệu quả kinh tế và ngược lại.

Đối với công nhân viên phục vụ. Nếu có chuyên môn vững, phù hợp với khả năng, các khâu phối hợp nhịp nhàng sẽ nâng cao hiệu quả của doanh nghiệp

và ngược lại. Tính thần trách nhiệm, ý thức kỷ luật của công nhân viên ảnh hưởng tới kết quả hoạt động kinh doanh.

+ *Điều kiện cơ sở vật chất kỹ thuật và vốn kinh doanh.*

Cơ sở vật chất kỹ thuật đủ và hiện đại tạo ra sự sang trọng, lịch sự. Thu hút khách có thu nhập cao sẽ tác động đến hiệu quả kinh doanh.

Việc đầu tư cơ sở vật chất kỹ thuật có ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế theo các chiều hướng khác nhau, thường là đầu tư ban đầu sẽ làm giảm hiệu quả kinh tế vì chi phí tăng cao. Song đầu tư là đòi hỏi mục tiêu lâu dài, không ngừng nâng cao văn minh phục vụ khách hàng, thu hút khách hàng và cũng là mục tiêu chiến lược nâng cao hiệu quả kinh tế.

Trong quá trình kinh doanh, xác định cơ cấu vốn, trình độ quản lý và sử dụng vốn là cần thiết vì đây là yếu tố ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh tế của doanh nghiệp.

+ *Chất lượng phục vụ.*

Chất lượng phục vụ được quyết định bởi 3 yếu tố: nhân viên phục vụ, sản phẩm hàng hoá và dịch vụ, cơ sở vật chất kỹ thuật. Phục vụ khách hàng là một quy trình phức tạp nhằm đáp ứng những yêu cầu rất đa dạng ngày càng cao về vật chất và phi vật chất (dịch vụ) của khách du lịch.

Nhân tố này tác động gián tiếp đến hiệu quả kinh tế của doanh nghiệp. Nâng cao chất lượng phục vụ sẽ làm tăng chi phí kinh doanh, song nếu chất lượng phục vụ tốt sẽ là yếu tố quyết định đến khối lượng hàng hoá và dịch vụ được tiêu thụ. Do vậy nâng cao chất lượng phục vụ là làm tăng mức tiêu thụ hàng hoá và dịch vụ trong doanh nghiệp.

Để thực hiện kinh doanh có hiệu quả, các doanh nghiệp cần phải nắm vững các nhân tố ảnh hưởng đến quá trình kinh doanh, từ đó phát huy các mặt tích cực và hạn chế mặt tiêu cực của các nhân tố. Tìm ra được các biện pháp hữu hiệu nhất trong việc sử dụng các nguồn lực của doanh nghiệp.

4.2.3.2. Biện pháp nâng cao hiệu quả kinh tế trong doanh nghiệp nhà hàng – khách sạn

+ *Nghiên cứu thị trường:*

Trong nền kinh tế thị trường ở nước ta, sự thất bại của các kế hoạch kinh doanh là do không nghiên cứu kỹ thị trường để nắm nhu cầu hoặc đánh giá sai về dung lượng của nó. Do vậy nghiên cứu thị trường phải được coi là vấn đề đầu tiên trong hoạt động kinh doanh.

Nghiên cứu thị trường là nghiên cứu những khuynh hướng chính về sự thay đổi của cung và cầu, sự thay đổi của các luồng du lịch và định hướng không gian của chúng, nghiên cứu cụ thể về khách du lịch theo vùng, khu vực, loại cơ sở du lịch và những nhu cầu về hàng hoá - dịch vụ du lịch v.v... Trên cơ sở đó nắm vững số lượng, cơ cấu của “cầu” du lịch để kịp thời đáp ứng thì kinh doanh mới có hiệu quả.

Nghiên cứu sự biến động của giá cả hàng hoá và dịch vụ du lịch trên thị trường trong và ngoài nước, từ đó các doanh nghiệp có thể lập ra các mức giá thích hợp cho mỗi loại hàng hoá và dịch vụ du lịch phù hợp với từng thời gian trên thị trường nhằm thu hút khách du lịch tăng doanh thu.

Thông qua kết quả nghiên cứu thị trường, từng doanh nghiệp phải xây dựng được mô hình kinh doanh hợp lý, phù hợp với thị trường, cho phép đáp ứng mọi khả năng của nhu cầu khách hàng.

+ *Tiết kiệm chi phí:*

Giảm tối đa chi phí bất hợp lý, ứng dụng thành tựu khoa học kỹ thuật

Giảm tối đa chi phí bất hợp lý:

Các phương án đầu tư đều phải dựa trên quan điểm đầu tư để phục vụ kinh doanh tốt hơn, tránh đầu tư không đúng mục đích gây lãng phí vốn đầu tư và các chi phí khác.

Phải sử dụng triệt để cơ sở vật chất kỹ thuật của doanh nghiệp. Không ngừng mở rộng các loại hình kinh doanh.

Hoàn thiện cơ cấu tổ chức lao động, nâng cao trình độ nghiệp vụ chuyên môn, tăng tỉ lệ nhân viên nghiệp vụ, bố trí sử dụng lao động theo thời vụ hợp lý, nâng cao năng suất lao động, giảm lao động dư thừa.

+ *Ứng dụng thành tựu khoa học kỹ thuật:*

Ứng dụng tin học vào công tác quản lý, theo dõi vật tư hàng hoá, đẩy mạnh hoạt động kế toán bằng máy vi tính, giải phóng bớt sức lao động, nâng cao văn minh thương mại.

Áp dụng khoa học công nghệ mới dùng để chế biến các loại món ăn, đáp ứng nhu cầu của khách về số lượng, chất lượng, chủng loại và khẩu vị.

+ *Cải tiến công tác kế hoạch và thực hiện kế hoạch*

Kế hoạch ngắn hạn là cụ thể hoá thực hiện chiến lược kinh doanh của doanh nghiệp. Vì thế cần phải cải tiến công tác kế hoạch cho sát với tình hình thực tế kinh doanh, soạn thảo các định mức chi phí phù hợp với yêu cầu chất lượng cao, phục vụ và tiết kiệm các nguồn vốn, thực hiện tốt các nguyên tắc kế hoạch để đảm bảo các chỉ tiêu kế hoạch được thực hiện một cách tốt nhất.

Thực hiện kế hoạch là nhiệm vụ của mọi người trong doanh nghiệp, vì thế cần tổ chức các khâu trong quá trình thực hiện kế hoạch. Cần kiểm tra, kiểm soát ở mọi khâu, khi phát hiện những hiện tượng không bình thường, cần có biện pháp kịp thời, hướng công tác kinh doanh theo mục tiêu đã định. Thường xuyên động viên khuyến khích người lao động, tổ chức các phong trào thi đua, có khuyến khích lợi ích vật chất, khen thưởng kịp thời, nghiêm khắc kỷ luật với những ai vi phạm làm cản trở đến việc hoàn thành kế hoạch của đơn vị.

❖ TÓM TẮT CHƯƠNG 4

Trong chương này, một số nội dung chính được giới thiệu:

- Khái niệm, đặc điểm và phân loại chi phí kinh doanh trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.
- Cách xác định tỷ suất chi phí và ý nghĩa của việc hạ thấp tỷ suất chi phí.
- Các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí và biện pháp tiết kiệm chi phí trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.

❖ CÂU HỎI ÔN TẬP CHƯƠNG 4

1. Trình bày khái niệm, đặc điểm và phân loại chi phí kinh doanh trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.
2. Trình bày cách xác định tỷ suất chi phí và ý nghĩa của việc hạ thấp tỷ suất chi phí trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.
3. Trình bày các nhân tố ảnh hưởng đến chi phí và biện pháp tiết kiệm chi phí trong doanh nghiệp nhà hàng khách sạn.